

**PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN TERHADAP PROGRAM
HITAM PUTIH DI TRANS7**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Pada
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
MAKASSAR

Oleh:

PARAMITA WIDYA SARTIKA

50700112153

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Paramita Widya Sartika
NIM : 50700112153
Tempat/Tanggal Lahir : Makassar, 16 Mei 1994
Jur/Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi/S1
Alamat : Perumnas Antang
Judul : Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap
Program “Hitam Putih” di Trans7.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, Mei 2017
Penyusun

Paramita Widya Sartika
NIM: 50700112153

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi Saudari Paramita Widya Sartika, NIM: 50700112153, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul, “Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Program Hitam Putih di Trans7”, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui ke sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan dan diproses lebih lanjut.

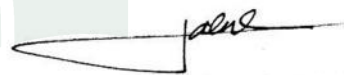
Makassar, Agustus 2016

Pembimbing I



Dr. Abdul Halik, M.Si
NIP. 19730717 199903 1 002

Pembimbing II



Jalaluddin Basyir, SS.,MA
NUP. 9920 1 00343

Diketahui oleh:

An. Dekan

Wakil Dekan Bid. Adm. Umum



Dr. H. Mahmuddin, M.Ag

NIP. 19621217 198803 1 003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap Program Hitam Putih di Trans7”, yang disusun oleh Paramita Widya Sartika, NIM: 50700112153, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 31 Agustus 2016 M, bertepatan dengan 28 Dzulqaidah 1437 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S.Sos.) dalam Jurusan Ilmu Komunikasi.

Makassar, 31 Agustus 2016 M.
28 Dzuqaidah 1437 H.

DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I.	(.....)
Sekretaris	: Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D.	(.....)
Munaqisy I	: Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si.	(.....)
Munaqisy II	: Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom.	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Abdul Halik, S.Sos., M.Si.	(.....)
Pembimbing II	: Jalaluddin Basyir, SS., MA	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,



Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., MM
NIP. 19690827 199603 1 004

KATA PENGANTAR.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Tuhan Semesta Alam, Allah swt atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis skripsi dengan judul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap Program Hitam Putih di Trans7” dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Shalawat dan salam juga tidak lupa dihantarkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw sebagai suri tauladan yang baik sepanjang masa. Sang komunikator sejati yang telah membawa kaumnya dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti saat ini.

Sejak persiapan penyusunan proposal, peneliti hingga selesainya skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si. selaku Rektor UIN Alauddin Makassar, dan para Wakil Rektor serta seluruh staf UIN Alauddin Makassar.
2. Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., MM selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, serta Wakil Dekan I Dr. Misbahuddin, M.Ag, Wakil dekan II Dr. H. Mahmuddin, M.Ag, dan Wakil dekan III Dr. Nursyamsiah, M.Pd.I yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Ramsiah Tasruddin, S.Ag, M.Si dan Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.si., Ph.D selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi. Dengan segenap rasa

tulus memberikan kontribusi selama penulis menempuh kuliah berupa ilmu, motivasi, nasihat serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah.

4. Dr. Abdul Halik, M.Si dan Jalaluddin Basyir, SS., M.A selaku pembimbing I dan II yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan serta membimbing peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si dan Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom, selaku penguji I dan penguji II, yang telah mengoreksi dan memberikan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Staf Jurusan, Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tak lupa peneliti haturkan terima kasih atas ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, serta nasihatnya selama peneliti menempuh pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Kepala Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta staf pegawai yang telah banyak membantu penulis dalam mengatasi kekurangan selama menyusun skripsi.
8. Kedua orang tua peneliti ayahanda A. Abd. Wahab Abidin, SE dan ibunda Musdalifa Nase yang telah membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang, memberikan doa, motivasi, semangat, dukungan moril, maupun dukungan materi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studinya.
9. Seluruh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah membantu melancarkan penelitian ini dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

10. Indah, Sari, Rahmi, Feri, Amran, Ridwan, Arif dan semua teman-teman serta orang-orang yang selalu menyemangati dan menghibur selama proses penyusunan penelitian ini.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2012, terkhusus buat sahabat-sahabat Ikom E yang selalu memberi semangat dan membantu penulis.
12. Kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, karya tulis ini merupakan sebuah karya tulis sederhana yang sarat dengan kekurangan dan jauh dari kesempurnaan mengingat penulis sebagai manusia biasa. Kritik dan saran penulis harapkan untuk kesempurnaan penulisan di masa mendatang.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Maret 2017
Penulis

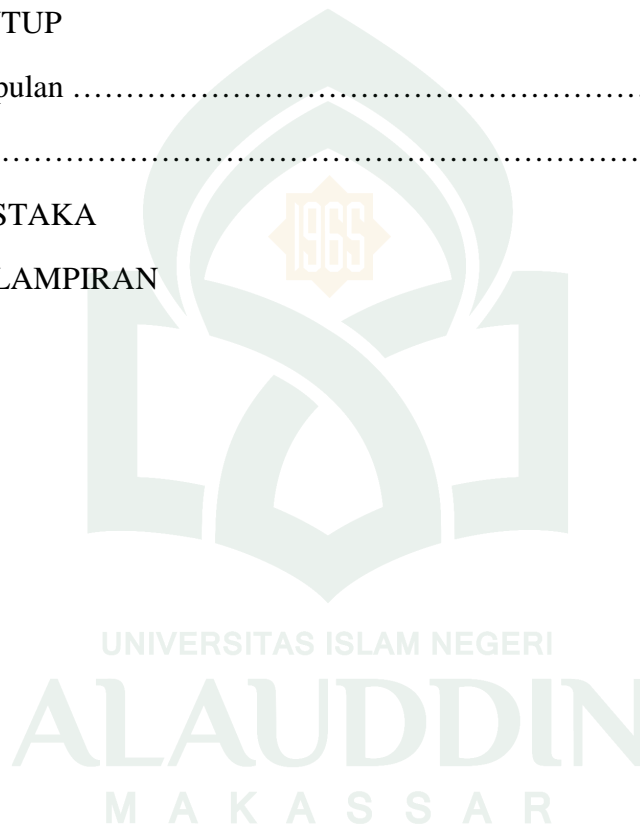
Paramita Widya Sartika
NIM: 50700112153

DAFTAR ISI

JUDUL SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii

PESETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Definisi Oprasional dan Ruang Lingkup Penelitian	6
D. Penelitian Terdahulu	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN TEORETIS	
A. Persepsi Khalayak Terhadap Program Televisi	11
B. Pola Menonton Televisi	13
C. Motif Menonton Televisi	17
D. Teori <i>Used and Gratifications</i>	19
E. Pandangan Islam Terhadap Menonton Televisi	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	24
B. Pendekatan Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel	25
D. Teknik Analisis Data	27
E. Instrumen Penelitian	28

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	30
B. Hasil Penelitian	36
C. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1	Jumlah Responden	25
Tabel 3.2	Jumlah Sampel	26
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Program studi	37
Tabel 4.3	Pola Konsumsi Tayangan “Hitam Putih” di Trans7	38
Tabel 4.4	Persepsi Menonton Program “Hitam Putih” di Trans7	39
Tabel 4.5	Durasi Siaran	40
Tabel 4.6	Program Siaran	41
Tabel 4.7	Frekuensi Siaran	42
Tabel 4.8	Rekapitulasi Pola Menonton (Nilai Item Tertinggi)	42
Tabel 4.9	Motif Informasi	44
Tabel 4.10	Motif Identitas Personal	46
Tabel 4.11	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	47
Tabel 4.12	Motif Hiburan	48
Tabel 4.13	Rekapitulasi Motif Menonton (Nilai Item Tertinggi)	49
Tabel 4.14	Rekapitulasi Motif Menonton (Nilai Item Tertinggi)	50

ABSTRAK

Nama : Paramita Widya Sartika
Nim : 50700112153
Judul : Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Alauddin Makassar Terhadap Program Hitam Putih di Trans7

Tujuan penelitian ini: (1) Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap program “Hitam Putih” di Trans7; (2) Untuk mengetahui pola menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar; (3) Untuk mengetahui motif yang mendorong mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menonton program “Hitam Putih” di Trans7. Penelitian ini dianalisis dengan teori *uses and gratification*.

Penelitian dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Penelitian bersifat deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode survei terhadap 60 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang dipilih secara *proporsional sampling*. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dapat memenuhi kebutuhan dalam mencari informasi dan hiburan. Frekuensi menonton mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap program “Hitam Putih” di Trans7 tergolong tinggi karena memiliki durasi siaran yang cukup lama serta jam tayang yang terjadwal. Motif mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar mengkonsumsi program “Hitam Putih” di Trans7 terutama untuk mencari informasi, identitas pribadi, interaksi dan interaksi sosial, dan hiburan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri pertelevisian di Indonesia berkembang sangat pesat, ini merupakan salah satu fakta tumbuhnya perekonomian di Indonesia. Kegiatan manusia (pemirsa televisi) dalam menonton televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka baik berupa informasi, pendidikan maupun hiburan. Kebutuhan pemirsa yang demikian besar pun dapat dimengerti oleh stasiun televisi sehingga semua stasiun televisi berlomba-lomba dalam memberikan acara yang menarik dan menambah acara hiburannya. Sesuai dengan perkembangan jaman yang selalu maju, banyak stasiun televisi swasta memberikan suguhan hiburan yang menarik untuk ditonton. Hiburan televisi bisa berupa acara musik, film asing maupun lokal, acara komedi, sinetron, *talkshow*, *reality show* dan kuis.

Televisi sebagai salah satu media komunikasi massa yang bisa dilihat dan didengar, memiliki keistimewaan tersendiri. Tayangan televisi mudah diingat dan pemirsa televisi juga tidak dibatasi pada golongan tertentu. Siapa saja bisa menikmatinya, tanpa batas dan jenis kelamin, usia maupun status sosial ekonominya. Cakupan televisi jauh lebih luas dibandingkan media lain. Dalam hal ini, tayangan televisi harus dilihat secara kritis.¹

Menurut Dominick seperti yang dikutip oleh Ardianto, komunikasi massa memiliki fungsi sebagai berikut: *surveillance* (pengawasan), *interpretation*

¹Kuswandi, *Komunikasi Massa: Analisis Interaktif Budaya Massa* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.141

(penafsiran), *linkage* (keterkaitan). Sedangkan menurut Efendy, fungsi komunikasi massa adalah fungsi informasi, fungsi pendidikan, dan fungsi mempengaruhi.²

Di Indonesia media yang paling banyak mendapatkan sorotan dari masyarakat adalah televisi, karena media televisi sangat kuat daya tariknya dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Media televisi memberi pengaruh terhadap kehidupan masyarakat, baik itu pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, dan edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan. Program televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan penontonnya.³

Masyarakat secara aktif menggunakan televisi untuk mendapatkan informasi berita tentang sosial-politik, ekonomi, dan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi, mendapatkan rasa damai melalui penambahan pengetahuan, memuaskan rasa ingin tahu, mendapatkan pendidikan sendiri, serta untuk memperoleh bahan informasi yang tidak didapatkan dari buku, koran, majalah, dan radio. Adapun motif menggunakan televisi untuk hiburan, mengisi waktu luang, bersantai, menenangkan diri, menghilangkan rasa jenuh, dan tidak ingin merasa kesepian.

Semakin tertarik khalayak terhadap tayangan televisi, semakin produktif pula televisi dalam menyiarkan program-program unggulannya. Semua itu menyebabkan khalayak makin dimanjakan sehingga makin betah menonton televisi berjam-jam dalam sehari. Jika dahulu kebanyakan orang hanya menonton satu jam acara saja,

²Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007), h. 14

³Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar II* (Jakarta: Erlangga, 1994), h.41

tetapi sekarang program-program unggulan televisi ditayangkan secara berkelanjutan sehingga khalayak mampu menghabiskan waktu lima sampai enam jam bahkan ada yang sepuluh jam nonstop hanya untuk menonton televisi saja.

Secara langsung maupun tidak langsung, televisi memberikan pengaruh besar terhadap perubahan hidup dan pola pikir masyarakat. Pesan yang disampaikan melalui media televisi mempunyai daya rangsang yang cukup tinggi, karena media televisi mempunyai fungsi sebagai informasi, hiburan, dan pendidikan. Siaran yang disajikan televisi kebanyakan bersifat hiburan seperti sinetron, kuis, infotainment, *talkshow*, dan *reality show*. Tayangan hiburan terbagi antara porsi untuk anak-anak dan untuk kalangan dewasa.

Hiburan yang ditujukan untuk anak-anak berupa film kartun dan cerita-cerita yang diangkat dari dongeng, untuk kalangan remaja yang diminati adalah sinetron yang banyak bercerita tentang kehidupan remaja saat ini, *talkshow*, dan *reality show*, sedangkan untuk orang dewasa biasanya yang diminati adalah tayangan yang bersifat informasi.

Program *talkshow* dikategorikan menjadi dua, pertama yang sifatnya ringan dan menghibur, kedua yang sifatnya formal dan serius. *Talkshow* yang sifatnya formal dan serius umumnya termasuk dalam kategori berita, sementara *talkshow* yang sifatnya ringan dan menghibur termasuk dalam kategori informasi. Secara umum *talkshow* adalah program atau acara yang mengulas sesuatu melalui perbincangan, diskusi, wawancara, dan interaksi dengan narasumber.

Semakin bertambahnya jumlah stasiun televisi swasta yang saat ini merupakan bukti ketergantungan khalayak akan keberadaan media. Misalnya, stasiun televisi Trans7 yang berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan khayalak dengan

program yang bervariasi. Dari beberapa program acara yang disiarkan oleh Trans7 pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan stasiun televisi lainnya.⁴

Di saat program-program televisi lain menyuguhkan tontonan kemewahan yang bersifat materialistik seperti tayangan infotainment yang memperlihatkan kemewahan para artis, Trans7 justru menawarkan alternatif yang berbeda dengan menghadirkan program *talkshow*. Awalnya *talkshow* dikatakan membosankan karena kebanyakan stasiun televisi menyajikan *talkshow* dengan tema yang serius. Beberapa stasiun televisi mulai membuat *talkshow* yang dikemas secara humoris seperti “Bukan Empat Mata” dan salah satu *talkshow* yang mulai dikenal pada akhir tahun 2010 yakni “Hitam Putih”.

Program “Hitam Putih” berdurasi 60 menit ini merupakan salah satu *talkshow* di stasiun televisi Trans7 yang dibawakan presenter sekaligus pesulap Deddy Corbuzier yang dikenal sebagai sosok yang cukup serius ternyata mampu membawakan acara dengan berbagai lawayakan yang mampu membuat penonton tertawa. Chika Jessika sebagai *partner* dari Deddy Corbuzier dalam program “Hitam Putih” di Trans7 yang sebelumnya dikenal sebagai pemain sinetron mampu menghidupkan suasana. Setiap harinya program “Hitam Putih” menyampaikan tema tertentu yang diselengi dengan lawakan. Bintang tamu yang dihadirkan cukup menginspirasi dan disukai oleh penonton, bintang tamu diberikan pertanyaan seputar masalah pribadi, prestasi, dan harapan yang bisa menjadi inspirasi bagi penonton.

Program “Hitam Putih” dikatakan sebagai program *talkshow* baru yang mulai disukai oleh khalayak. Berbeda dengan program *talkshow* “Bukan Empat Mata” yang berasal dari stasiun televisi yang sama yaitu Trans7, Hitam Putih memiliki konsep

⁴ Ratnasari, *Pola Menonton Televisi Lokal*, (2013), h.5

acara yang sangat bagus, dimana dalam acara ini narasumber yang dihadirkan adalah orang-orang yang bukan hanya seorang artis, dibandingkan dengan tayangan “Bukan Empat Mata” yang hanya menghadirkan para artis.

Di stasiun televisi lain juga menghadirkan *talkshow* yang hampir sama dengan *talkshow* “Hitam Putih” di Trans7. Pemilihan jam tayang program acara juga mempengaruhi khayalak untuk menonton program acara yang disajikan. Program “Hitam Putih” di Trans7 ditayangkan pukul 19.00 WITA, dimana setiap orang khususnya mahasiswa sedang beristirahat.

Tidak seorangpun yang tidak membutuhkan informasi, apapun jenis pekerjaannya, baik itu pelajar mahasiswa, dosen, dan lain-lain. Peranan media massa khususnya televisi sangat berpengaruh dalam penambahan informasi, menjadi sarana pelepas ketegangan dan hiburan

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui persepsi, motif, dan pola menonton Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap program Hitam Putih di Trans7.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap program “Hitam Putih” di Trans7 ?
2. Bagaimana pola menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar?
3. Motif apa yang mendorong mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menonton program “Hitam Putih” di Trans7?

C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

Pada definisi ini, penulis melakukan pembatasan pemahaman terhadap konsep atau variabel yang diteliti. Definisi operasional dari menonton tayangan “Hitam Putih” adalah pola dan motif dalam *talkshow* pada acara “Hitam Putih” di Trans7. Untuk memudahkan pengukuran dari menonton tayangan Hitam Putih ditunjukkan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Persepsi adalah proses menilai dimana individu dapat menilai baik atau buruk sebuah pesan yang diterimanya. Persepsi terbagi atas tiga proses, yaitu:
 - a. Seleksi yaitu proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar.
 - b. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang, yang dapat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, motivasi, kepribadian dan kecerdasan.
 - c. Reaksi yaitu tingkah laku setelah berlangsungnya proses seleksi dan interpretasi.
2. Pola menonton adalah suatu perilaku khalayak yang menonton televisi secara berulang-ulang. Pola menonton khalayak terhadap program “Hitam Putih” di Trans7 dapat diukur dengan cara sebagai berikut:
 - a. Durasi siaran. Seberapa banyak waktu yang dibutuhkan khalayak dalam mengkonsumsi program televisi.
 - b. Program acara siaran. Tayangan atau program yang diminati yang sesuai dengan kebutuhan khalayak.
 - c. Frekuensi siaran. Frekuensi siaran berhubungan erat dengan ketertarikan khalayak terhadap program acara yang disiarkan.
3. Motif adalah alasan atau dorongan dalam diri seseorang untuk menggunakan suatu media. Motif tersebut terbagi atas empat bagian, yaitu:

- a. Motif informasi yaitu dorongan untuk menemukan informasi mengenai hal-hal yang mungkin dapat mempengaruhi seseorang atau dapat membantu seseorang dalam melakukan sesuatu.
- b. Motif identitas personal yaitu dorongan untuk menemukan penguatan nilai atau tambahan keyakinan, pemahaman diri dalam sebuah media massa.
- c. Motif integrasi dan interaksi sosial yaitu dorongan untuk menemukan pengetahuan yang berhubungan dengan empati sosial dan interaksi dengan orang lain.
- d. Motif hiburan yaitu dorongan untuk menemukan hiburan atau kesenangan yang dapat membuat khalayak melepaskan diri dari permasalahan.

D. Penelitian Terdahulu

Terdapat sejumlah penelitian sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan, sebagai berikut:

1. Nirinta Kinanti Agminanda tahun 2013, dalam penelitian yang judul “Persepsi Audience tentang *Talkshow* “Kick Andy” di Universitas Brawijaya Malang”, bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi audience tentang tayangang “Kick Andy”. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui persepsi *audience* tentang *talkshow* “Kick Andy”. Hasil penelitian Nirinta menjelaskan bahwa *talkshow* “Kick Andy” mengalami banyak perbedaan tergantung pada karakter masing-masing individu juga pengalaman terhadap media. Khalayak lebih memilih menonton dilain episode ketika topik pembicaraan tidak sesuai karena, masalah yang dibahas terlalu kontroversi dengan kehendak atau keinginan khalayak. Perbedaan antara penelitian yang sudah ada dengan yang

akan dilakukan penulis terletak pada metode penelitian dan jenis penelitian yang digunakan.⁵

2. Imanda Qinthara Rahman tahun 2015, dalam penelitian yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom pada Acara Talkshow “Mata Najwa” di Metro TV”. Skripsi ini bertujuan untuk melihat persepsi mahasiswa yang telah ditentukan pada salah satu episode pada *talkshow* “Mata Najwa”. Hasilnya penelitian Imanda menjelaskan bahwa topik pada program “Mata Najwa” setiap minggunya sudah cukup memuaskan, karena topik yang diangkat merupakan topik yang sedang menjadi bahan perbincangan bagi masyarakat Indonesia, baik melalui media sosial maupun media pemberitaan. Khalayak yang memiliki pengalaman yang lebih sedikit pada program, menganggap bahwa khalayak hanya akan menyaksikan “Mata Najwa” jika topik atau narasumber mampu menarik perhatian mereka. Perbedaan antara penelitian yang sudah ada dengan yang akan dilakukan penulis terletak pada metode penelitian dan jenis penelitian.⁶
3. Dwi Martanto tahun 2014, dalam penelitian berjudul “Persepsi Mahasiswa tentang Program Acara Talkshow “Show Imah” di Trans TV”. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap *talkshow* “Show Imah”. Hasil penelitian adalah khalayak menyaksikan talkshow “Show Imah” hanya jika topik dan narasumber yang dihadirkan dapat menarik perhatian mereka.

⁵Nirinta <http://www.academia.edu/5471402>. File dalam bentuk digital/pdf. (diakses pada tanggal 14 Maret 2016).

⁶Imanda <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>. File dalam bentuk digital/pdf. (diakses pada 14 Maret 2016).

Perbedaan antara penelitian yang sudah ada dengan yang akan dilakukan hanya terletak pada teori yang digunakan.⁷

Tabel di bawah ini mendeskripsikan perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Skripsi	Perbedaan Penelitian		Persamaan Penelitian
		Penelitian Terdahulu	Penelitian Peneliti	
1	Nirinta Kinanti Agminanda “Persepsi Audience Tentang Talkshow Kick Andy (Analisis Deskriptif pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)”	a. Fokus penelitian adalah persepsi <i>audience</i> terhadap topik pembicaraan dalam <i>talkshow</i> “Kick Andy”. b. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif.	a. Fokus penelitian adalah persepsi khalayak terhadap <i>talkshow</i> “Hitam Putih” b. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.	Teori yang digunakan adalah <i>used and gratifications</i>
2	Imanda Qinthara Rahman “Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom pada Acara Talkshow Mata Najwa di Metro TV”	a. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus b. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif	a. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif b. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey.	Penarikan sampel dengan cara <i>proporsoinal sampling</i>
3	Dwi Martanto “Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap <i>Talkshow</i> Show Imah”	Teori yang digunakan adalah <i>stimulus organism response</i>	Teori yang digunakan adalah <i>used and gratifications</i>	Metode penelitian kuantitatif

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

⁷Dwi <http://eprints.ums.ac.id>. File dalam bentuk digital/pdf. (diakses pada 14 Maret 2016).

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap program “Hitam Putih” di Trans7.
- b. Untuk mengetahui pola menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- c. Untuk mengetahui motif apa yang mendorong mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menonton program “Hitam Putih” di Trans7.

2. Kegunaan penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan pengetahuan bagi pembaca, dan menjadi referensi bagi penelitian yang lain.
2. Menambah keragaman dalam penelitian komunikasi pada studi Ilmu Komunikasi.

b. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi stasiun televisi Trans7 dalam program *talkshow* dengan “Hitam Putih” untuk lebih banyak lagi memberikan informasi, pengalaman mengenai masalah dan fenomena yang terjadi di Indonesia.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Persepsi Khalayak terhadap Program Televisi

Persepsi merupakan proses menilai, sehingga bersifat evaluatif dan cenderung subjektif. Bersifat evaluatif karena melalui persepsi seseorang individu dapat menilai baik atau buruk, positif atau negatif sebuah pesan. Persepsi juga cenderung subjektif karena masing-masing individu memiliki kapasitas penangkapan indera dan perbedaan filter konseptual dalam melakukan persepsi, sehingga individu akan menghasilkan makna yang berbeda antara satu dengan yang lain. Alex Sobur membagi proses persepsi menjadi tiga tahap, yaitu:¹

1. Seleksi, adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Dalam fase ini rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian dan kecerdasan. Namun persepsi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

¹Alex Subor, *Psikologi Umum* (Bandung : Pustaka Setia, 2003), h.446.

3. Reaksi, yaitu tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi. Jadi, persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai serta melakukan reaksi atas informasi tersebut.

Adapun beberapa pengaruh terhadap program televisi, dalam batasan-batasan tertentu yaitu:

1. Program televisi bisa menumbuhkan keinginan untuk memperoleh pengetahuan ini berarti bahwa beberapa penonton termotivasi untuk mengikuti apa yang ada di layar televisi.
2. Pengaruh pada cara berbicara, penonton biasanya memperhatikan bukan hanya apa yang diucapkan orang di televisi bahkan bagaimana cara mengucapkannya.
3. Pengaruh pada penambahan kosa kata, hal ini dapat digunakan dengan tepat dan mengembangkannya dalam suatu aktifitas kelompok belajar dan diskusi.
4. Televisi berpengaruh pada bentuk permainan, bahwa dengan menonton televisi akan semakin banyak memunculkan ide-ide baru berbagai jenis permainan.

Program televisi yang semakin banyak membuat khalayak selektif dalam memilih program. Khalayak harus cerdas dalam memilih tayangan atau program yang bermanfaat dan menghindari pengaruh negatif yang ditayangkan oleh program yang ditonton. Semua program yang disiarkan pasti memiliki efek positif dan efek negatif. Efek positif diantaranya sebagai penambahan wawasan dan membawa kemajuan dalam kehidupan khalayak, dan efek negatif diantaranya dapat menimbulkan perubahan sikap dan perilaku khalayak. Secara teknis penyiaran televisi, program

televisi diartikan sebagai penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari, dan dari jam ke jam setiap harinya.

Televisi sebagai media massa dalam penyampaian isi pesan medianya dapat menimbulkan dampak atau efek terhadap nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat. Menurut Wawan Kuswandi dampak atau efek tersebut digolongkan menjadi tiga, yaitu:

1. Isi pesan media dapat mengancam nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat.
2. Isi pesan media dapat menguatkan nilai-nilai sosial dalam masyarakat.
3. Isi pesan media dapat membantu terbentuknya nilai-nilai sosial yang baru dalam kehidupan masyarakat.²

B. Pola Menonton Televisi

Pola memiliki pengertian perilaku menonton yang dilakukan secara berulang-ulang atau perilaku menonton siaran televisi secara berulang-ulang. Pemirsa merupakan *audience* dari televisi, dimana masing-masing *audience* berbeda satu sama lain di antaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan yang diterima, pengalaman, dan orientasi hidup. Akan tetapi, masing-masing *audience* bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya.³

Audience dalam teori *used and gratifications* adalah khalayak yang aktif dan diarahkan oleh tujuan. Khalayak sangat bertanggung jawab dalam memilih media

²Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi* (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 99.

³Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.105

untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi, dan khalayak dianggap sebagai perantara yang besar, khalayak tahu apa yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhi kebutuhan.⁴

Menurut Herber yang dikutip oleh Nurudin, *audience* dalam komunikasi massa setidaknya mempunyai lima karakteristik, sebagai berikut:⁵

1. *Audience* cenderung berisi individu untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial di antara mereka. Individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.
2. *Audience* cenderung besar. Besar disini berarti tersebar keberbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa.
3. *Audience* cenderung heterogen. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran.
4. *Audience* cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain.
5. *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator.

Adapun ciri-ciri media massa sebagai sarana penyampaian pesan dalam komunikasi massa, diantaranya:

1. Bersifat lembaga, artinya pihak yang mengelolah media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengolahan, sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, komunikasi yang dilakukan memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima pesan. Jika terjadi umpan balik reaksinya membutuhkan waktu yang lama.

⁴Stephen W Littlejohn dan Keren A Foss, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Erlangga, 2011), h.426.

⁵Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), h.105

3. Meluas dan serempak, dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena media massa memiliki kecepatan dan bergerak secara luar. Informasi yang disampaikan diterima oleh orang banyak dalam waktu yang bersamaan.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi dan lain-lain.
5. Bersifat terbuka artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.⁶

Menurut De Fleur yang dikutip oleh Asmar, ada tiga hal yang dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk melihat perilaku penggunaan televisi, yaitu: total waktu rata-rata yang digunakan untuk menonton televisi dalam sehari atau durasi siaran, pilihan acara yang ditonton dalam sehari, dan frekuensi menonton acara tertentu.⁷

1. Durasi Siaran. Pembagian durasi antara program-program acara dan iklan menjadi perhatian penting bagi televisi. Banyak cara yang ditempuh oleh media televisi untuk membagi durasi program dan iklan, karena jika durasi yang digunakan dalam program yang ditonton terlalu lama akan membuat masyarakat menjadi bosan.
2. Program acara siaran. Televisi memiliki tanggung jawab untuk membuat program acara siaran yang beragam. Program acara harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Bentuk program acara yang umumnya disiarkan di televisi antara lain: hiburan, berita, pendidikan, kebudayaan, agama, olahraga, pelayanan masyarakat, dan informasi.

⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Ed.I cet 3* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h.135

⁷Asmar, *Motivasi, Pola, dan Kepuasan Menonton Televisi Lokal* (2009), h.9

3. Frekuensi siaran. Frekuensi siaran berhubungan erat dengan ketertarikan masyarakat terhadap program acara yang disiarkan. Pengelola televisi cenderung memperbanyak frekuensi tayangan pada program-program acara yang diminati oleh masyarakat.

Media massa dan khalayak saling memengaruhi, dimana media massa melakukan berbagai aktivitas penyiaran, percetakan untuk menyampaikan fungsi-fungsi komunikasi massa, seperti informasi, hiburan, pengawasan, serta pewarisan sosial yang diharapkan berguna untuk khalayak. Sedangkan, khalayak memiliki hak untuk menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Hari Wiryawan, media massa adalah suatu lembaga netral yang berhubungan dengan orang banyak atau lembaga yang netral bagi semua kalangan atau masyarakat banyak.⁸

Menurut Liliweri, peran media massa dalam kehidupan manusia dapat dirumuskan secara ringkas, sebagai berikut:⁹

1. Media massa memberikan informasi dan membantu kita untuk mengetahui secara jelas tentang dunia kemudian menyimpannya dalam ingatan.
2. Media massa membantu untuk menyusun agenda, menyusun jadwal kehidupan sehari-hari.
3. Media massa berfungsi membantu untuk berhubungan dengan berbagai kelompok masyarakat lain.
4. Media massa membantu mensosialisasikan pribadi manusia.
5. Media digunakan untuk membujuk khalayak yang mencari keuntungan dari pesan yang diterimanya.

⁸Hari Wiryawan, *Dasar-dasar Hukum Media* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h.56.

⁹Alo Liliweri, *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1991), h.42.

C. Motif Menonton Televisi

Alasan orang mengonsumsi isi pesan media massa bermacam-macam. Rivers dan Peterson berpendapat bahwa, pada dasarnya ada tiga alasan khalayak menggunakan media. Pertama, keinginan di kalangan khalayak untuk ditenangkan dengan bujukan bahwa segala sesuatu baik-baik saja. Kedua, mereka bisa mengalihkan kesalahan atas terjadinya suatu masalah ke pihak lain. Ketiga, mereka ingin mendengarkan saran-saran gampang untuk merasa lebih baik.¹⁰

McQuail merumuskan motif dalam menggunakan media massa, yaitu:¹¹

1. Motif Informasi

- a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
- b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- d. Belajar pendidikan diri sendiri.
- e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Motif Identitas Pribadi

- a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- b. Menemukan model perilaku.
- c. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).
- d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

¹⁰Willian L.Rivers, Jay W Jensen Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern II* (Jakarta: Kencana, 2003), h.316.

¹¹Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar II* (Jakarta: Erlangga, 1994), h.72.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

- a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial.
- b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- d. Memperoleh teman.
- e. Membantu menjalankan peran sosial.
- f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman, dan masyarakat.

4. Motif Hiburan

- a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
- b. Bersantai.
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- d. Mengisi waktu.
- e. Penyaluran emosi.
- f. Membangkitkan gairah seks.

Sedangkan menurut Purwanto, ada tiga fungsi motif, yaitu:¹²

1. Fungsi penggerak, mendorong seseorang bertindak untuk menentukan tujuannya.
2. Fungsi menentukan arah perbuatan, teknik kearah tujuan.
3. Fungsi seleksi-menyeleksi perbuatan diri seseorang, yang serasi guna mencapai tujuan itu dengan mengesampingkan perbuatan yang tidak bermanfaat.

Selanjutnya, motif-motif tersebut akan mengarahkan perilaku individu dalam mengkonsumsi media dan akan memperngaruhi individu terhadap jenis media itu

¹²Purwanto, *Psikologi Pendidikan Cetakan ke-13* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000), h. 27

sendiri. Antara individu yang satu dengan individu yang lain, akan mengkonsumsi media dengan cara yang berbeda dan dengan tujuan yang berbeda pula. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motif menonton televisi digunakan untuk kepentingan hiburan. Hal ini sesuai dengan komposisi program acara yang hampir semua stasiun televisi lebih didominasi oleh program acara yang bersifat hiburan. Hampir semua program acara di televisi dikemas dengan lebih menekankan sisi hiburannya, misalnya program acara informasi dikemas menjadi infotaimen.

D. Teori Used and Gratifications

Istilah *uses and gratifications theory*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Menurut teori ini pengguna media memerankan peran aktif dalam mengkonsumsi media berdasarkan motif-motif tertentu, bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*).¹³ Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri khalayak, tetapi pada apa yang dilakukan khalayak.¹⁴ Khalayak memilih saluran komunikasi dan pesan-pesan yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Pada pendekatan ini, khalayak tidak lagi dipandang pasif, melainkan memiliki harapan-harapan dan kebutuhan-kebutuhan.

Menurut Philip Palmgreen seperti yang dikutip oleh Rachmat, kebanyakan riset *used and gratification* memfokuskan pada motif penggunaan media, khalayak yang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak telah dapat dipenuhi oleh media, dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media.

¹³Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h.65

¹⁴ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 2002), h.75

Teori *used and gratifications* mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan khalayak mencari, menggunakan, dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologi yang berbeda. Teori memfokuskan kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang aktif menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.¹⁵

Dasar teori ini adalah pendekatan penggunaan dan kepuasan berfokus pada konsumen media daripada pesan media sebagai titik awal, dan menelusuri perilaku komunikasi dalam artian pengalaman langsung dengan media. Teori ini memandang khalayak sebagai pengguna isi media yang aktif.

Dalam teori *used and gratification*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.¹⁶

Menurut John Fiske seperti yang dikutip oleh Susanto, bahwa teori *used and gratifications* secara tidak langsung menyatakan bahwa pesan adalah apa yang dibutuhkan khalayak. Khalayak memiliki kebutuhan atau dorongan tertentu yang bisa dipenuhi dengan menggunakan sumber-sumber media atau nonmedia, khalayak membutuhkan media untuk kepuasan tertentu. Adapun asumsi-asumsi dasar teori ini, sebagai berikut:¹⁷

¹⁵Stephen W.Littlejohn dan Karen A Foss, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 286.

¹⁶Djuarsa Sedjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), h. 215

¹⁷Edi Susanto dan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 109-111.

1. Khalayak aktif, bukan penerima yang pasif atas apapun yang media siarkan.
2. Khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-program yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhan, tetapi tidak semua khayalak memanfaatkan program yang sama untuk memuaskan kebutuhannya.
3. Media bukan satu-satunya sumber untuk memuaskan kebutuhan. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentang kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan khalayak terpenuhi melalui konsumsi media, sangat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Hubungan khalayak dengan isi program hanya lewat mata rantai kebutuhan yang rasional dan pemuasannya terbatas. Banyak tujuan pemilihan media massa yang dapat disimpulkan dari data yang diberikan oleh khayalak, artinya khalayak cukup mengerti motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Pertimbangan nilai tentang kultur dari media massa harus dicegah.

E. Pandangan Islam terhadap Menonton Televisi

Saat ini banyak sekali program ditelevisi. Mulai pukul 00.00 hingga pukul 21.59 wita. Berbagai program acara pun ditayangkan, mulai dari tayangan untuk anak-anak hingga orang dewasa, dari tayangan keagamaan hingga tindak kriminal, dari acara berita hingga acara infotainment, dari acara *talkshow* hingga sinetron. Semua berputar terus menerus secara bergantian di setiap stasiun televisi selama 24 jam. Jika tidak punya alasan untuk berhenti menonton televisi, mungkin khalayak akan terbuai seharian. Itulah tujuan yang diharapkan oleh setiap tim kreatif sebuah stasiun televisi agar para pemirsa tetap berada di depan televisi untuk menyaksikan program-program yang telah dirancang semenarik mungkin.

Presentasi menonton televisi tentunya lebih tinggi dengan presentasi mendengarkan radio atau membaca. Angka presentasi yang sangat tinggi dari tahun ke tahun menunjukkan betapa berpengaruhnya televisi terhadap masyarakat.

Acara televisi ada yang berpengaruh positif terhadap masyarakat dan ada pula yang berpengaruh negatif. Misalnya, acara berita di televisi memberikan pengaruh positif untuk masyarakat karena menjelaskan bagaimana kondisi lingkungan sekitar saat ini, namun tidak semua acara berita dapat memberi pengaruh yang positif seperti berita tindak kriminal.

Pandangan islam terhadap menonton televisi tidak memiliki larangan, karena selama hal yang ditampilkan di televisi masih bersifat mendidik dan masih bisa diterima. Adapun beberapa tayangan televisi yang seharusnya di hindari, seperti program infotaimen, iklan-iklan yang memiliki sisi porno dan sinetron-sinetron yang tidak mendidik. Program infotaiment seharusnya tidak perlu ditayangkan karena infotaiment hanya menayangkan masalah pribadi dan aib seseorang yang sebenarnya bukan untuk jadi konsumsi publik, seperti yang tercantum dalam QS. Al-Hujurat (49): 12

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَتُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan

orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang.

Hubungan antara ayat di atas dan menonton infotainment adalah menonton infotainment sama saja dengan mencari-cari keburukan orang lain, dan tidak seharusnya kita mengurus urusan orang lain.

Saluran-saluran televisi yang ada, seakan-akan berlomba menyajikan tayangan dan gambar artis wanita. Iklan yang ditayangkan sebenarnya tidak ada hubungannya dengan wanita, dan yang ditampilkan adalah perempuan yang membuka auratnya. Televisi juga telah merusak kehidupan muslim dan telah melatih para pemuda tentang cara mencuri atau merampok melalui film-film yang ditonton.

Sinetron juga sering kali menayangkan alur cerita yang tidak perlu untuk ditayangkan, seperti sinetron yang mengisahkan dua insan, bukan memberikan pengertian kepada masyarakat bagaimana seharusnya berinteraksi yang benar, sinetron hanya mencontohkan bagaimana berbuat dosa, membangkang orang tua, dan tidak menerima ketetapan sang khalik.

Kebanyakan penggunaan televisi saat ini adalah untuk hal-hal yang haram atau sia-sia, seperti untuk mendengar nyanyian, tontonan acara mistik dan kesyirikan, atau menonton sinetron yang mendorong material dan merusak akhlaq.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.¹ Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka.² Penelitian kuantitatif sangatlah dibutuhkan dalam penelitian ini, untuk membahas beberapa kemungkinan yang ada, untuk masalah aktual dengan cara menghimpun data, menyusun atau mengklasifikasikannya, menganalisis dan menginterpretasikannya baik secara manual maupun menggunakan jasa komputer.

¹Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 1989), h.3

²Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h.20.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan individu dalam ruanglingkup yang akan diteliti.³

Populasi penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang berjumlah 2.403 mahasiswa, dengan masing-masing jurusan sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar**

No	Jurusan	Populasi	%
1	Ilmu Komunikasi	675	28
2	Jurnalistik	344	14
3	Manajemen Dakwah	409	17
4	Kesejahteraan Sosial	327	14
5	Bimbingan Penyuluhan Islam	280	12
6	Komunikasi Penyiaran Islam	368	15
Jumlah		2.403	100%

Sumber: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, 2016

³Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h.74.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang diteliti. Populasi penelitian ini 2.403 mahasiswa. Sampel penelitian terbagi atas 6 jurusan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi, Jurnalistik, Manajemen Dakwah, Kesejahteraan Sosial, Bimbingan Penyuluhan Islam, dan Komunikasi Penyiaran Islam. Dari sejumlah populasi yang cukup besar maka pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proporsional sampling*, yaitu pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti yang sesuai dengan tujuan dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 orang. Jika salah satu jurusan memiliki jumlah populasi yang besar, maka jumlah sampelnya juga besar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2 Sampel Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar**

Jurusan	Populasi	Sampel
Ilmu Komunikasi	675	17
Jurnalistik	344	9
Manajemen Dakwah	409	10
Kesejahteraan Sosial	327	8
Bimbingan Penyuluhan Islam	280	7
Komunikasi Penyiaran Islam	368	9
Total	2.403	60

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi. Observasi adalah mengamati perilaku seseorang selama beberapa waktu tanpa melakukan manipulasi atau pengendalian, serta mencatat penemuan yang memungkinkan atau memenuhi syarat untuk digunakan kedalam tingkat penafsiran.⁴ Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi secara tidak langsung. Peneliti terlebih dahulu melakukan observasi sebelum membagikan daftar angket, ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden mengetahui tentang program Hitam Putih.
2. Metode Angket. Angket adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, kuesioner disebarkan kepada responden.⁵ Bentuk angket dalam penelitian ini adalah angket dengan pertanyaan tertutup, yakni angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban harus dijawab oleh responden yang telah tertera dalam angket tersebut.⁶ Pertanyaan-pertanyaan dalam angket terdiri dari beberapa bagian, yaitu :
 - a. Persepsi mahasiswa terhadap program televisi, yaitu:
 1. Manfaat dari menonton program televisi
 2. Perasaan setelah menonton program televisi
 3. Motif menonton program televisi.

⁴James A Black, Dean J Champion, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial* (Bandung: PT Eresco, 1992), h.286.

⁵Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.48.

⁶Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h.66

- b. Pola menonton, yang terbagi atas tiga kategori, yaitu:
 - 1. Durasi siaran
 - 2. Program siaran
 - 3. Frekuensi siaran
- c. Motif menonton, yang terbagi atas empat kategori, yaitu:
 - 1. Motif informasi
 - 2. Motif identitas personal
 - 3. Motif integrasi dan interaksi sosial
 - 4. Motif hiburan

E. Instrument Penelitian

Instrument penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh penelitian dalam kegiatan meneliti yakni mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Lembar observasi, merupakan instrument penelitian yang menggunakan pengumpulan data dari sebagian jumlah populasi, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Daftar angket, merupakan salah satu instrument penelitian yang mengajukan lembaran pertanyaan kepada responden, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Setelah mengumpulkan data, maka peneliti mengolah data dalam beberapa tahap. Adapun tahap-tahap tersebut, yaitu:

- a. Editing. Dimulai dengan memberi identitas pada instrument penelitian yang telah terjawab. Kemudian memeriksa satu persatu lembar instrument pengumpulan data, dan memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia.⁷
- b. Coding. Setelah tahap editing selesai dilakukan, maka data tersebut diberi identitas atau code berupa angka, sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis.
- c. Tabulasi. Data yang telah diberikan code dimasukkan pada tabel-tabel tertentu, mengatur angka-angka dan menghitungnya.

2. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Teknik analisis data yang digunakan adalah tabel frekuensi. Tabel frekuensi memuat dua kolom, yaitu jumlah frekuensi dan persentase untuk setiap kategori. Tujuan dari tabel frekuensi adalah menggambarkan karakteristik sampel penelitian, karena setiap sampel dipilih dari populasi yang lebih luas.⁸ Dengan demikian, teknik analisis ini akan menggambarkan secara detail karakteristik mereka yang ditinjau dari pola dan motif menonjol mereka.

⁷Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h.165

⁸Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 1989), h.263.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Perkembangan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Sejarah perkembangan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, yang dulu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Alauddin Makassar melalui beberapa fase yaitu:

a. Fase tahun 1962 sampai dengan 1965.

Pada mulanya IAIN Alauddin Makassar yang kini menjadi UIN Alauddin Makassar berstatus Fakultas Cabang dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas desakan rakyat dan pemerintah daerah Sulawesi Selatan serta atas persetujuan Rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Menteri Agama Republik Indonesia mengeluarkan keputusan Nomor 75 tanggal 17 Oktober 1962 tentang penegrian Fakultas Syari'ah UMI menjadi Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta cabang Makassar pada tanggal 11 November 1964 dengan keputusan Menteri Agama Nomor 91 tanggal 7 November 1964. Kemudian menyusul pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta cabang Makassar tanggal 28 Oktober 1965 dengan keputusan Menteri Agama Nomor 77 tanggal 28 Oktober 1965.

b. Fase tahun 1965 sampai dengan 2005

Dengan mempertimbangkan dukungan dan hasrat yang besar dari masyarakat dan Pemerintah Daerah Sulawesi terhadap pendidikan dan pengajaran agama Islam tingkat Universitas, serta landasar hukum peraturan Presiden Nomor 27 tahun 1963 yang antara lain menyatakan bahwa dengan sekurang-kurangnya tiga jenis Fakultas IAIN dapat digabung menjadi satu institute tersendiri dan tiga Fakultas yang

dimaksud sudah ada di Makassar, yakni Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah, dan Fakultas Ushuluddin, maka mulai tanggal 10 November 1965 berstatus mandiri dengan nama Institut Agama Islam Negeri Al-Jami'ah al-Islamiyah al-Hukmiyah di Makassar dengan keputusan Menteri Agama Nomor 79 tanggal 28 Oktober 1965.

Pada Fase ini, IAIN (kini UIN) Alauddin yang semulanya hanya memiliki tiga Fakultas, berkembang menjadi lima Fakultas ditandai dengan berdirinya Fakultas Adab berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No. 148 Tahun 1967 tanggal 23 November 1967, disusul Fakultas Dakwah dengan keputusan Menteri Agama RI No. 253 Tahun 1971 dimana Fakultas ini berkedudukan di Bulukumba, yang selanjutnya dengan Keputusan Presiden RI No. 9 Tahun 1987 Fakultas Dakwah dialihkan ke Makassar, kemudian disusul dengan pendirian Program PascaSarjana (PPs) dengan keputusan Dirjen Lembaga Islam Dep. Agama No. 31 E 1990 tanggal 7 Juni 1990 berstatus kelas jauh dari PPs IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang kemudian dengan keputusan Menteri Agama RI No. 403 Tahun 1993 PPs IAIN Alauddin Makassar menjadi PPs yang mandiri.

c. Fase tahun 2005 sampai dengan sekarang

Untuk merespon tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan perubahan mendasar atas lahirnya Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No.2 tahun 1989 dimana jenjang pendidikan pada Departemen Pendidikan Nasional Rida an pendidikan menengah, serta untuk menampung lulusan jenjang pendidikan menengah dibawah naungan status kelembagaan dari Institut menjadi Universitas, maka atas prakarsa pimpinan IAIN Alauddin periode 2002-2006 dan atas dukungan civitas akademika dan senat IAIN Alauddin serta Gubernur Sulawesi Selatan, maka diusulkanlah konfensi IAIN Alauddin Makassar menjadi UIN Alauddin Makassar

kepada Presiden RI melalui Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan Nasional RI mulai 10 Oktober 2005 Status Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Alauddin Makassar berubah menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar berdasarkan peraturan Presiden (Perpres) Republik Indonesia No.57 tahun 2005 tanggal 10 Oktober 2005 yang ditandai dengan peresmian penandatanganan prasasti oleh Presiden RI bapak DR.H. Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 4 Desember 2005 di Makassar.

Dalam perubahan status kelembagaan dari Institut ke Universitas, UIN Alauddin Makassar mengalami perkembangan dari 5 Fakultas menjadi 7 Fakultas dan 1 Program Pascasarjana (PPs) berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI No. 5 tahun 2006 tanggal 16 Maret 2006, yaitu:

- 1) Fakultas Sains dan Teknologi
- 2) Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
- 3) Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
- 4) Fakultas Ilmu Kesehatan
- 5) Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- 6) Fakultas Adab dan Humaniora
- 7) Fakultas Syari'ah dan Hukum

2. Sejarah Berdiri dan Berkembangnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada awalnya berlokasi di Kabupaten Bulukumba, Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang ide pendiriannya telah muncul pada tahun 1986 di Bulukumba atas inisiatif dan prakarsa pemerintah daerah dan tokoh masyarakat dan berstatus sebagai Fakultas Ushuluddin dan Filial Bulukumba, kemudian diresmikan menjadi Fakultas Dakwah IAIN Alauddin cabang Bulukumba

oleh Menteri Agama RI (Bapak H. Muhammad Dahlan) pada tanggal 1 Rabiul Awal 1920 H di Palu Sulawesi Tengah, berdasarkan SK Menteri Agama RI NO. 253 tahun 1970 tanggal 21 September 1970 berstatus Filial atau inisiatif Rektor IAIN Alauddin Drs. H. Muhyiddin Zain dan Dra. Syamsiah Noor ditunjuk sebagai dekan, sedangkan penanggung jawab adalah Bupati Kepala Daerah Tk. II Bulukumba, Drs. Andi Bakri Tandaramang dan dibantu beberapa tokoh masyarakat Bulukumba.

Pada tahun 1971, berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No. 253 mengubah status “Filial” menjadi Fakultas Dakwah “Cabang” Bulukumba dan memiliki satu jurusan yaitu Bimbingan Penyuluhan Masyarakat (BPM). Kemudian Keputusan Menteri Agama RI No. 65 tahun 1982 tanggal 14 Juli 1982 status cabang ditingkatkan menjadi Fakultas Madya. Setahun kemudian, dengan dasar SK Rektor No. 13 tahun 1983 tanggal 10 September 1983 dibuka tingkat Doktoral dan diberi kewenangan untuk mencetak sarjana lengkap.

Selanjutnya dengan Keputusan Presiden RI No. 9 tahun 1987 serta realisasi melalui Keputusan Menteri Agama RI No. 18 tahun 1988 maka Fakultas Dakwah dialihkan ke Ujung Pandang (Makassar) dengan menambah satu jurusan yaitu Penerangan dan Penyiaran Agama Islam (PPAI), dan pada tahun 1989-1990 jurusan BPM diubah namanya menjadi Bimbingan dan Penyuluhan Agama Islam (BPAI), sejak peralihan ke Ujung Pandang, Fakultas Dakwah banyak mengalami kemajuan dan perubahan kuantitas maupun kualitas dosen serta mahasiswa.

Sejak saat itu seiring dengan perkembangan mahasiswa serta dinamika akademis secara nasional dibuka jurusan-jurusan lain dan perubahan nama. Dua jurusan berubah nama adalah jurusan BPAI menjadi Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI) dan jurusan PPAI menjadi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Disamping itu

dibuka pula jurusan baru yaitu Manajemen Dakwah (MD), jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), dan jurusan Teknik Informatika (kini bergabung dengan Fakultas Sains dan Teknologi). Dan pada tahun 2001/2002 dibuka Program Diploma dua (D.2 BPI) baik di Makassar maupun di daerah-daerah (Bulukumba, Maros, Luwu, Tana Toraja, dan Mamuju). Pada tahun 2005/2006, sesuai dengan surat Depdiknas RI No. 4035/D/T/2005 perihal: Rekomendasi penambahan program-program studi baru pada UIN Alauddin Makassar, tertanggal 9 Desember 2005, dan pada tahun akademik 2007/2008 telah dibuka Konsentrasi Kessos yang bernaung di bawah Jurusan/Prodi PMI, serta tahun akademik 2008/2009 juga dibuka jurusan Ilmu Komunikasi sesuai surat Depdiknas No. 2419/D/T/2008 perihal: Rekomendasi penyelenggaraan program-program studi baru pada UIN Alauddin Makassar.

Sejak berdirinya Fakultas Dakwah dan Komunikasi telah dipimpin oleh 8 orang dekan, yaitu:

1. Periode 1971-1982

Dekan adalah Dra. Syamsiah Noor, sekretaris adalah Drs. H. Sulaiman Basit, MA.

2. Periode 1982-1992

Dekan adalah Drs. Andi Anshar, dan Wakil Dekan adalah Drs. HS. Musa Al-Mahdi M, serta sekretaris adalah Drs. H. Sampo Seha.

3. Periode 1992-1996

Dekan adalah Drs. H. M. Amir Said, PD I Drs. H. Muh. Room, PD II Drs. H. Sampo Seha, dan PD III Drs. HS. Musa Al-Mahdi/ Drs. H. A. Tajirah Mannaf.

4. Periode 1996-2000

Dekan adalah Dr. H. Abd. Rahman Getteng, PD I Drs. H. Sampo Seha, DP II Dr. H. Muh Room, dan PD III Dra. H. A. Tajirah Mannaf/ Drs. H. Sangkala Mahmud, M. Ag.

5. Periode 2000-2004

Dekan adalah Drs. H. Sampo Seha, PD I Drs. H. Iftitah Jafar, MA, PD II Dr. H. Muliwati Amin, M. Ag, dan PD III Drs. H. Sangkala Mahmud, M, Ag.

6. Periode 2004-2008

Dekan adalah Prof. H. M. Sattu Alang, MA, PD I Drs. Muh. Kurdi/ Drs. H. Abustani Ilyas, M. Ag, PD II Hj. Nurlaelah Abbas, Lc, MA/ Drs. Abd. Waris Hamid, M.Hum, dan PD III Abd. Rasyid Masri, M.Pd, M.Si/ Drs. H. Tajuddin Hajma, M.Sos.I

7. Periode 2008-2012

Dekan adalah Drs. H. Abustani Ilyas, M. Ag, PD I Drs. Arifuddin Tike, M. Sos.I, PD II Abd. Rasyid Masri, M.Pd, M.Si, dan PD III Dr. Mahmuddin, M.Ag.

8. Periode 2012-2015

Dekan adalah Dr. H. Muliwati Amin, M.Ag, PD I Dr. Nur Hidayat, M.Ag, PD II Drs. Muh. Anwar, M.Hum, dan PD III Dr. Usman Jasad, S.Ag. M.Pd (BEM-Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2009; 8)

9. Periode 2015-sekarang

Dekan adalah Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag. M.Pd. M.Si. MM, PD I Dr. Misbahuddin, M.Ag, PD II Dr. Mahmuddin, M.Ag, dan PD III Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Identitas responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1

Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
P	33	55 %
L	27	45 %
Total	60	100 %

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang dipilih secara *proporsional sampling*, terdiri dari 33 perempuan (55%) dan laki-laki (45%). Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih dominan dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7 karena responden perempuan menganggap bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka baik dalam bentuk informasi maupun hiburan.

2. Program Studi

Identitas responden yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan program studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Program Studi

Jurusan	Frekuensi	Persentase (%)
Ilmu Komunikasi	17	28%
Jurnalistik	9	15%
Manajemen Dakwah	10	17%
Kesejahteraan Sosial	8	13%
Bimbingan Penyuluhan Islam	7	12%
Komunikasi Penyiaran Islam	9	15%
Total	60	100%

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 60 responden, program studi Ilmu Komunikasi 17 orang (28%), Jurnalistik yakni 9 (15%), Manajemen Dakwah 10 orang (17%), Kesejahteraan Sosial 8 orang (13%), Bimbingan Penyuluhan Islam 7 orang (12%), Komunikasi Penyiaran Islam 9 orang (15%).

3. Pola Konsumsi Tayangan “Hitam Putih” di Trans7

Seluruh responden pernah menonton program “Hitam Putih” di Trans7, namun tingkat kesukaan dan kegemaran responden terhadap program tersebut berbeda-beda. Terdapat 32 responden perempuan (53,5%) dan 27 responden laki-laki (45%) yang menyukai program “Hitam Putih” di Trans7. Pada umumnya perempuan 19 orang (32%) dan laki-laki 14 orang (23%) yang menjadikan program “Hitam Putih” di Trans7 sebagai program yang paling digemari. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Pola Konsumsi Tayangan “Hitam Putih” di Trans7

Jenis Kelamin	Konsumsi Program Hitam Putih di Trans7		Suka Program Hitam Putih di Trans7		Gemar Program Hitam Putih di Trans7	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
P	33 (55%)	0 (0%)	32 (53,5%)	1 (1,5%)	19 (32%)	14 (23%)
L	27 (45%)	0 (0%)	27 (45%)	0 (0%)	14 (23%)	13 (22%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

4. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Program “Hitam Putih” di Trans7

Bagi mahasiswa, memilih program “Hitam Putih” di Trans7 bukanlah suatu keterpaksaan. Mahasiswa mencari tujuan yang mereka cari dari mengkonsumsi program yang didasarkan dari kebutuhan mereka. Kemudian mereka secara aktif berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka akan sajian informasi dan hiburan melalui program “Hitam Putih” di Trans7. Hal penelitian ini menunjukkan bahwa responden menonton program “Hitam Putih” di Trans7 untuk memperoleh kepuasan informasi dan kepuasan hiburan. Menurut responden 38 (%) program “Hitam Putih” di Trans7 dapat menjawab keingintahuan mereka akan masalah yang ada di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa program “Hitam Putih” di Trans7 dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam mencari informasi dan hiburan. Program “Hitam Putih” di Trans7 memberikan keuntungan bagi penontonnya yaitu dapat menjawab rasa keingintahuan mereka akan masalah yang ada di masyarakat, tetapi 27 responden (45%) juga memilih untuk mencari informasi di program lain agar mendapatkan informasi yang lebih lengkap. Ini menunjukkan bahwa setiap orang memiliki

kebutuhan dan persepsi berbeda dalam mengkonsumsi program televisi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Persepsi Menonton Program “Hitam Putih” di Trans7

Pernyataan		Frekuensi	Persentase
Manfaat dari menonton “Hitam Putih” di Trans7	Pengembangan kemampuan diri	12	20%
	Menjawab rasa keingintahuan	38	63%
	Mengembangkan kemampuasn diri	3	5%
	Pengembangan kemampuan informasi	7	12%
Perasaan setelah menonton “Hitam Putih” di Trans7	Mengubah pandangan tentang peristiwa	12	20%
	Mencari informasi lebih lengkap	27	45%
	Memperkuat pemahaman terhadap peristiwa	20	33%
	Merasa bingung	1	2%
Motif menonton “Hitam Putih” di Trans7	Memperoleh kepuasan informasi	23	38%
	Memperoleh kepuasan hiburan	23	38%
	Memperoleh kepuasan hubungan sosial	11	19%
	Memperoleh kepuasan pengalaman	3	5%

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

5. Pola Menonton Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

5.1. Durasi Siaran

Terdapat 22 responden perempuan (37%) dan 24 responden laki-laki (40%) menyatakan bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena program tersebut memiliki durasi siaran yang cukup lama, dan 19 perempuan (32%), 18 laki-laki (30%) menyatakan bahwa durasi siaran yang cukup lama tidak

mempengaruhi mereka dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7. Dapat disimpulkan bahwa, responden laki-laki menyatakan bahwa durasi siaran yang cukup lama tidak memengaruhi mereka dalam mencari informasi yang didapatkan dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7, karena durasi siaran yang lama ataupun sedikit tidak memengaruhi seseorang dalam mencari informasi. Responden perempuan menyatakan bahwa durasi iklan yang cukup lama tidak memengaruhi mereka dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7 karena informasi yang ada di program tersebut dianggap sebagai informasi yang sangat penting sehingga durasi iklan tidak memengaruhi mereka. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Durasi Siaran

Jenis Kelamin	Durasi siaran mempengaruhi penonton		Durasi iklan mempengaruhi penonton	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
P	11 (18%)	22 (37%)	14 (23%)	19 (32%)
L	3 (5%)	24 (40%)	9 (15%)	18 (30%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

5.2. Program Siaran

Bagi responden, mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena program tersebut memiliki rating yang tinggi (64%). Terdapat 29 responden perempuan (48%) dan 23 responden laki-laki (38%) berpendapat bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam mencari informasi dan hiburan. Dapat disimpulkan bahwa responden

perempuan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena *rating* yang tinggi, melainkan untuk mendapatkan kepuasan informasi. Responden perempuan menganggap bahwa program “Hitam Putih” di Trans7 dapat memenuhi kebutuhan mereka akan informasi dan hiburan sehingga responden memilih untuk mengkonsumsi program “Hitam Putih” di Trans7. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Program Siaran

Jenis Kelamin	Program Memiliki Reting yang Tinggi		Program Dapat Memenuhi kebutuhan Informasi dan Hiburan	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
P	11 (18%)	22 (37%)	29 (48%)	4 (7%)
L	11 (18%)	16 (27%)	23 (38%)	4 (7%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

5.3. Frekuensi Siaran

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 25 responden perempuan (42%), 21 responden laki-laki (35%) menyatakan bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena program tersebut merupakan satu-satunya program siaran yang ada di stasiun televisi Trans7, tetapi karena 36 responden (60%) menyatakan bahwa mereka menonton program tersebut karena memiliki jadwal siaran yang cukup sering yakni senin-jumat. Dapat disimpulkan bahwa frekuensi menonton responden perempuan lebih tinggi karena responden perempuan lebih menyukai program yang tayangannya terjadwal, sehingga mereka tidak ketinggalan dalam mendapatkan informasi. Mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena program ini adalah satu-satunya *talkshow* yang ada di Trans7,

melainkan karena program ini dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam mencari informasi dan inspirasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Frekuensi Siaran

Jenis Kelamin	Program yang terjadwal		Program satu-satunya di Trans7	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
P	18 (30%)	15 (25%)	8 (13%)	25 (42%)
L	18 (30%)	9 (15%)	6 (10%)	21 (35%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

5.4. Rekapitulasi Persentasi Pola Menonton Program Hitam Putih di Trans7

Tujuan responden menonton program “Hitam Putih” di Trans7 pada pola durasi siaran adalah durasi iklan tidak memperngaruhi responden dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7, yakni 62%. Pola program siaran dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7 terutama untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan (86%). Sementara itu terdapat 77% responden yang menjawab bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena program ini merupakan satu-satunya *talkshow* yang ada di Trans7. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Rekapitulasi Pola Menonton (Nilai Item Tertinggi)

Tujuan Menonton Program Hitam Putih di Trans7	Ya	Tidak
Durasi Siaran (durasi iklan yang cukup lama)	23 (38%)	37 (62%)
Memenuhi kebutuhan dalam mencari informasi dan hiburan	52 (86%)	8 (14%)
Merupakan satu-satunya <i>talkshow</i> di Trans7	14 (23%)	46 (77%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

6. Motif Menonton Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN

Alauddin Makassar

6.1. Motif Informasi

Terdapat 29 responden perempuan (48%) dan responden laki-laki 21 orang (35%) menilai bahwa kecenderungan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 adalah karena motif memenuhi rasa ingin tahu akan berbagai peristiwa. Program “Hitam Putih” di Trans7 dianggap responden dapat memenuhi kebutuhan mereka akan informasi yang terjadi di sekitar mereka. Informasi yang diperoleh dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7 dinilai responden perempuan (33%) dan responden laki-laki (28%) mendapatkan masukan dengan berpendapat, membuat dan mengambil keputusan praktis dalam aktivitas, dan profesi mereka. Informasi yang mereka peroleh dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7 dinilai responden perempuan (38%) dan responden laki-laki (33%) benar-benar dapat memenuhi rasa keingintahuan mereka akan berbagai masalah-masalah umum yang terjadi di masyarakat. Responden menganggap bahwa informasi yang didapatkan dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mereka tidak mendapatkan rasa aman dan tenang. Sebanyak 24 (40%) responden perempuan dan 16 (27%) responden laki-laki menyatakan bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 karena program ini selalu membawakan tema yang *update* setiap harinya yang membuat khalayak tidak ketinggalan informasi yang sedang diperbincangkan oleh orang banyak. Terdapat 30 (50%) responden perempuan dan responden laki-laki 15 (25%) juga menyatakan bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan hanya karena tema yang dibawakan adalah tema yang *update*, melainkan karena

bintang tamu yang di hadirkan dapat memberikan informasi yang jelas dan memberi inspirasi tersendiri bagi penontonnya.

Dari segi motif informasi, responden perempuan lebih dominan daripada responden laki-laki. Responden perempuan menyatakan bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 karena bintang tamu yang di hadirkan dapat memberikan informasi dan inspirasi, dan tema yang di bawaan setiap harinya juga memengaruhi responden perempuan dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7, tetapi tidak dengan responden laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa responden perempuan memiliki kesadaran lebih besar untuk mendapatkan informasi yang terbaru. Jika dibandingkan dengan responden laki-laki, responden perempuan lebih cepat mendapatkan masukan dalam membuat keputusan dan lebih cepat mendapatkan manfaat dari program “Hitam Putih” di Trans7 seperti manfaat untuk memperbaiki diri. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Motif Informasi

Tujuan Menonton Program Hitam Putih di Trans7	Jenis Kelamin			
	P		L	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Mengetahui peristiwa	29 (48%)	4 (7%)	21 (35%)	6 (10%)
Dapat masukan untuk keputusan praktis	20 (33%)	13 (22%)	17 (28%)	10 (17)
Memuaskan rasa ingin tahu masalah umum	23 (38%)	10 (17%)	20 (33%)	7 (12%)
Memberi pelajaran memperbaiki diri	30 (50%)	3 (5%)	23 (38%)	4 (7%)
Merasa aman dan tenang	14 (23%)	19 (32%)	7 (12%)	20 (33%)
Tema yang di bawaan adalah tema yang update	24 (40%)	9 (15%)	16 (27%)	11 (18%)

Bintang tamu dapat memberikan informasi dan inspirasi	30 (50%)	3 (5%)	15 (25%)	12 (20%)
---	----------	--------	----------	----------

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

6.2. Motif Identitas Personal

Terdapat 17 responden perempuan (52%) dan 15 responden laki-laki (25%) yang menonton program “Hitam Putih” di Trans7 menyatakan bahwa dengan menonton program tersebut, mereka tidak dapat mengetahui nilai-nilai pribadi mereka, melainkan mereka hanya mengetahui nilai-nilai yang dipegang oleh orang lain (82%). Terdapat 23 responden perempuan (28%) dan 14 responden laki-laki (23%) menyatakan bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mereka tidak dapat mengetahui tentang diri mereka sendiri, dan lebih banyak responden (90%) yang mempunyai motif identitas personal dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 dapat menemukan model-model perilaku manusia. Jika dibandingkan dengan responden laki-laki, persentase responden perempuan untuk motif identitas personal lebih tinggi dalam menemukan model-model perilaku manusia dan mengetahui nilai-nilai yang dipegang oleh orang lain yang dapat dijadikan sebagai masukan dan motivasi bagi mereka. Sedangkan dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7, responden laki-laki lebih dapat mengetahui tentang diri mereka sendiri, berbeda dengan responden perempuan yang dapat meneguhkan nilai-nilai pribadi yang mereka dapatkan setelah menonton program “Hitam Putih” di Trans7, tetapi tingkat kesadaran mereka untuk mengetahui tentang diri mereka sendiri kurang mereka dapatkan dari mengonsumsi program “Hitam Putih” di Trans7. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Motif Identitas Personal

Tujuan Menonton Program Hitam Putih di Trans7	Jenis Kelamin			
	P		L	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Teguhkan nilai pribadi	16 (27%)	17 (28%)	12 (20%)	15 (25%)
Temukan model perilaku manusia	30 (50%)	3 (5%)	24 (40%)	3 (5%)
Mengetahui nilai-nilai yang dipegang orang lain	25 (42%)	8 (13%)	24 (40%)	3 (5%)
Lebih mengetahui diri sendiri	10 (17%)	23 (28%)	13 (22%)	14 (23%)

Sumber: Olahan data peneliti, 2016

6.3. Motif Interaksi dan Integrasi Sosial

Terdapat 29 responden perempuan (48%) dan 25 responden laki-laki (42%) memperoleh banyak bahan pembicaraan dan interaksi sosial yang diperoleh dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7. Peneliti juga menemukan bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 responden perempuan (42%) dan responden laki-laki (28%) mendapatkan informasi lingkungan sosial yang mendorong responden memiliki rasa empati terhadap masyarakat yang mendapatkan musibah. Dapat disimpulkan bahwa setelah menonton program “Hitam Putih” di Trans7, persentase responden perempuan lebih tinggi dari responden laki-laki dalam mendapatkan informasi yang memberikan rasa empati, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran dan memiliki rasa kemanusiaan perempuan dalam masalah yang ada di masyarakat lebih tinggi dari laki-laki. Jika dibandingkan dengan responden laki-laki, responden perempuan menjadikan informasi yang didapatkan dari

menonton program “Hitam Putih” di Trans7 sebagai bahan pembicaraan dan interaksi sosial, hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih sering berinteraksi sosial dengan membahas apa yang mereka konsumsi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Motif Interaksi dan Integrasi Sosial

Tujuan menonton Program Hitam Putih di Trans7	Jenis Kelamin			
	P		L	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dapat informasi lingkungan yang mendorong empati terhadap musibah	29 (48%)	4 (7%)	25 (42%)	2 (3%)
Memiliki bahan bicara dan interaksi sosial	25 (42%)	8 (13%)	17 (28%)	10 (17%)

Sumber: Olahan data peneliti, 2016

6.4. Motif Hiburan

Terdapat 28 responden perempuan (47%) dan responden laki-laki 24 (40%) yang menilai bahwa menonton program “Hitam Putih” di Trans7 tidak dimaksudkan untuk menghindari masalah, yang berarti hanya 8 responden (13%) yang menganggap bahwa dengan menonton program Hitam Putih di Trans7 dimaksudkan untuk dapat menghindari masalah yang dihadapi. Terdapat 30 responden perempuan (50%) dan 24 responden laki-laki (40%) menganggap bahwa dengan menonton program Hitam Putih di Trans7 responden dapat bersantai atau relaksasi. Terdapat 28 responden perempuan (47%) dan 25 responden laki-laki (42%) yang menilai bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mereka dapat memperoleh kesenangan dan hiburan. Sementara 22 responden perempuan (37%) dan 14 responden laki-laki

(23%) menganggap bahwa menonton program “Hitam Putih” di Trans7 hanya sekedar menghabiskan waktu. Di samping itu, untuk motif hiburan yang terakhir, terdapat hanya 12 responden perempuan dan laki-laki (20%) yang menilai bahwa menonton program “Hitam Putih” di Trans7 dapat dijadikan sarana untuk melampiaskan emosi. Dapat disimpulkan bahwa, persentase responden perempuan sangat tinggi jika dibandingkan dengan responden laki-laki dalam motif hiburan untuk bersantai dan mendapatkan hiburan. Responden perempuan menghabiskan waktu luang untuk mengkonsumsi program “Hitam Putih” di Trans7 tetapi mereka mengkonsumsi tayangan “Hitam Putih” di Trans7 bukan untuk menghindari masalah. Hal ini menunjukkan bahwa motif hiburan yang ada di program “Hitam Putih” di Trans7 lebih memenuhi kebutuhan responden perempuan dalam mencari hiburan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Motif Hiburan

Tujuan menonton Program Hitam Putih di Trans7	Jenis Kelamin			
	P		L	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Hindari masalah	5 (8%)	28 (47%)	3 (5%)	24 (40%)
Untuk relaksasi atau bersantai	30 (50%)	3 (5%)	24 (40%)	3 (5%)
Memperoleh kesenangan atau hiburan	28 (47%)	5 (8%)	25 (42%)	2 (3%)
Sekedar menghabiskan waktu	22 (37%)	11 (18%)	14 (23%)	13 (22%)
Melampiaskan emosi	7 (12%)	26 (43%)	5 (8%)	22 (37%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden memilih program “Hitam Putih” di Trans7 bukan untuk menghindari masalah, dan melampiaskan emosi, melainkan

untuk bersantai, memperoleh kesenangan dan sekedar menghabiskan waktu dianggap responden dapat terpenuhi dengan menonton program Hitam Putih di Trans7.

6.5. Rekapitulasi Persentasi Motif Menonton Program Hitam Putih di Trans7

Tujuan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 pada motif pemenuhan kebutuhan untuk memperoleh informasi bagi responden adalah terutama untuk memperbaiki diri, yakni 88%. Motif pemenuhan kebutuhan identitas personal dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7 terutama untuk menemukan model perilaku manusia (90%). Motif menonton program “Hitam Putih” di Trans7 untuk pemenuhan kebutuhan interaksi dan integrasi sosial adalah untuk mendapatkan informasi lingkungan yang mendorong empati terhadap musibah (90%). Dan terdapat 90% responden yang menjawab motif pemenuhan kebutuhan hiburan terutama untuk bersantai atau rekasasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.13 Rekapitulasi Motif Menonton (Nilai Item Tertinggi)

Tujuan Menonton Program Hitam Putih di Trans7	Ya	Tidak
Motif Informasi (memperbaiki diri)	53 (88%)	7 (12%)
Identitas Personal (menemukan model perilaku manusia)	54 (90%)	6 (10%)
Integrasi dan Interaksi Sosial (dapat informasi lingkungan yang mendorong empati terhadap musibah)	54 (90%)	6 (10%)
Motif Hiburan (untuk bersantai atau relaksasi)	54 (90%)	6 (10%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

Tujuan yang paling rendah dalam motif memperoleh informasi bagi responden dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7 adalah untuk mendapatkan rasa aman dan tenang, yakni 35%. Motif identitas personal dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7 paling rendah pada item untuk mengetahui tentang diri sendiri (38%). Motif menonton program “Hitam Putih” di Trans7 untuk interaksi dan integrasi sosial yang paling rendah adalah item yang dapat menjalankan peran sosial (70%). Dan terdapat 13% responden yang menjawab motif hiburan untuk menghindari masalah dalam kategori item yang paling rendah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.14 Rekapitulasi Motif Menonton (Nilai Item Terendah)

Tujuan Menonton Program Hitam Putih di Trans7	Ya	Tidak
Motif Informasi (merasa aman dan tenang)	21 (35%)	39 (65%)
Identitas Personal (lebih mengetahui tentang diri sendiri)	23 (38%)	37 (51%)
Integrasi dan Interaksi Sosial (dapat menjalankan peran sosial)	42 (70%)	18 (30%)
Motif Hiburan (menghindari masalah)	8 (13%)	52 (87%)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2016

C. Pembahasan

Data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Pengukuran tipe pernyataan masing-masing diberikan pilihan 2 jawaban untuk dipilih salah satunya yang paling tepat menurut responden. Untuk pernyataan no 1 – 27 pilihan jawaban memiliki nilai yang berbeda. Bobot untuk masing-masing jawaban dikategorikan sebagai berikut:

1. Untuk pilihan jawaban Ya dinyatakan dengan nilai 1
2. Untuk pilihan jawaban Tidak dinyatakan dengan nilai 0

Untuk pernyataan no 28 – 30 pilihan jawaban dikategorikan sebagai berikut:

1. Untuk pilihan jawaban A dinyatakan 1
2. Untuk pilihan jawaban B dinyatakan 2
3. Untuk pilihan jawaban C dinyatakan 3
4. Untuk pilihan jawaban D dinyatakan 4

Dalam penelitian ini, persepsi dibutuhkan untuk mengetahui seberapa bagus dan tidak bagusnya program “Hitam Putih” di Trans7 yang ditonton oleh semua kalangan khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Berikut secara mendetail pembahasan mengenai persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap program “Hitam Putih” di Trans7 dengan kategori sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh dari 60 responden di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar bahwa semua responden pernah menonton program “Hitam Putih” di Trans7. Selanjutnya berdasarkan dari jawaban responden sebanyak 59 orang (98,5%) menyukai program “Hitam Putih” di Trans7 dan hanya 1 orang (1,5%) yang tidak menyukai program “Hitam Putih” di Trans7. Dalam penelitian ini pun responden sebanyak 33 orang (55%) adalah penggemar program “Hitam Putih” di Trans7, dan 27 orang (45%) tidak menggemari program Hitam Putih di Trans7. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang pernah menonton program “Hitam Putih” di Trans7, menyukai dan menggemari program tersebut, dan ada pula mahasiswa yang menyukai program “Hitam Putih” di Trans7 dengan alasan atau motif tertentu, seperti karena bintang tamu yang dihadirkan adalah idola mereka

dan informasi yang mereka cari dapat mereka dapatkan dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7, tetapi tidak menggemari program tersebut.

1. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap Program Hitam Putih di Trans7

Khalayak pada umumnya tidak memahami bagaimana proses produksi gambar dan suara melalui layar televisi sampai ke mereka. Khalayak hanya berfokus pada sajian yang ditawarkan televisi dan mengkonsumsi secara bebas. Televisi menawarkan banyak pilihan hiburan bagi para penontonnya dengan maksud melepaskan diri mereka dari kesibukan kerja.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar memiliki kecenderungan untuk menonton televisi dengan tujuan mengisi waktu luang. Mereka cenderung mengkonsumsi program yang mereka sukai dan yang ditargetkan untuk mereka. Secara umum, mahasiswa lebih membutuhkan program yang mendidik dan memuaskan rasa keingintahuan mereka. Dengan demikian, harapan besar mahasiswa bukan saja atas program yang mendidik, tetapi juga dapat memberi informasi tambahan bagi mereka.

Banyaknya jenis program televisi menjadi persaingan tersendiri di antara stasiun televisi yang memfokuskan pada *genre* program tertentu. Media televisi dikelola sebagai sarana untuk membantu kesuksesan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Industri di Indonesia semakin berkembang, misalnya pertumbuhan potensi pemirsa yang dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan. Sebelum responden merasakan manfaat akan media yang dikonsumsi, mereka sudah mempunyai alasan untuk menggunakan media tersebut dibandingkan dengan media lain.

Pendekatan *uses and gratification* merupakan salah satu landasan teori yang tepat untuk meneliti tentang motif dan pola para pengguna media. Asumsi dasar teori ini adalah pengguna media secara aktif memilih media yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini menjelaskan faktor-faktor yang mendorong seseorang menggunakan media beserta seperangkat alasan terhadap media tersebut.

Khalayak bersifat aktif terhadap media yang disiarkan, dan khalayak secara bebas menyeleksi media dan program yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhan mereka. Dalam penelitian ini khalayak memilih program “Hitam Putih” di Trans7 sebagai program yang dapat memuaskan kebutuhan dan keingintahuan mereka karena program tersebut dapat memenuhi keinginan mereka mengenai peristiwa yang ada di masyarakat. Mahasiswa sangat aktif dalam memilih dan menentukan jenis media dan program media yang dikonsumsi. Pendekatan *uses and gratification* mempersoalkan apa yang dilakukan orang pada media, yakni menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa, mahasiswa mengkonsumsi program “Hitam Putih” di Trans7 karena mereka ingin memperoleh informasi aktual untuk melengkapi informasi yang mereka ketahui sebelumnya. Dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mahasiswa mampu mendapat jawaban dari rasa keingintahuan mereka akan informasi aktual yang ada di masyarakat. Tidak hanya dari kepuasan informasi, mahasiswa juga mendapatkan kepuasan hiburan dari menonton program “Hitam Putih” di trans7 karena setiap harinya program ini memberikan acara hiburan yang diselingi disetiap *segment* yang dapat membuat penontonnya tidak merasa jenuh.

Media massa televisi, memberikan informasi yang benar sehingga pada akhirnya media berperan sebagai sarana pendidikan. Media diharapkan dapat mencerdaskan kehidupan bangsa dengan sajian atau program-program yang mendidik dan mencerahkan. Dengan demikian, media memiliki tanggung jawab yang besar dalam menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih cerdas. Oleh karena itu, media televisi dituntut untuk bisa menciptakan program acara yang dapat memenuhi kriteria tersebut dan menyajikannya secara menarik. Program “Hitam Putih” di Trans7 yang lebih dominan menyajikan berita yang update menjadi andalan khalayak untuk menonton program ini dan untuk memperoleh informasi yang benar dan lengkap.

2. Pola Menonton Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap Program Hitam Putih di Trans7

Media televisi bukanlah satu-satunya sumber informasi yang dapat memuaskan khalayak dalam mencari informasi. Individu yang menggunakan media televisi sebagai referensi pengetahuan karena menyadari potensi dan kemampuan media tersebut. Khalayak memberi penjelasan mengapa mereka memilih media tertentu dan bukan memilih media yang lain.

Pada pola menonton ini terbagi atas tiga kategori, yaitu:

1. Durasi siaran. Berdasarkan dari jawaban responden sebanyak 46 orang (77%) menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena durasi siarannya yang cukup lama, dan 37 responden (62%) menunjukkan bahwa durasi iklan yang cukup lama tidak mempengaruhi mereka dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7. Hal ini menunjukkan bahwa responden menonton program “Hitam Putih” di

Trans7 karena program tersebut memiliki waktu siaran yang cukup lama, dan banyaknya durasi iklan yang ada di setiap episodenya tidak memengaruhi mereka dalam menonton program tersebut.

2. Program acara siaran. Dalam penelitian ini responden sebanyak 38 orang (64%) menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena program tersebut memiliki rating yang tinggi, tetapi karena program ini dapat memenuhi kebutuhan responden dalam mencari informasi dan hiburan, dapat dilihat dari responden yang menjawab ya sebanyak 52 orang (86%). Hal ini menunjukkan bahwa *talkshow* “Hitam Putih” di Trans7 adalah program *talkshow* yang memiliki rating yang cukup tinggi, tidak mempengaruhi responden dalam menonton program tersebut melainkan karena program “Hitam Putih” di Trans7 dapat memberikan informasi yang dibutuhkan, dan dapat memberikan hiburan tersendiri bagi penontonnya.

3. Frekuensi siaran. Menurut responden sebanyak 46 orang (77%) berpendapat bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan karena program tersebut merupakan satu-satunya program *talkshow* yang ada di Trans7, melainkan karena program “Hitam Putih” di Trans7 memiliki jadwal tayangan yang terjadwal, yaitu senin – jumat, hal ini dibuktikan dengan sebanyak 36 (60%), berpendapat bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 karena jadwal tayangannya yang cukup sering. Hasil penelitian dalam frekuensi siaran, menunjukkan bahwa program “Hitam Putih” di Trans7 adalah satu-satunya *talkshow* yang ada di Trans7, hal ini tidak mempengaruhi responden dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7, responden menyatakan bahwa mereka menonton program

tersebut karena program tersebut memiliki jadwal siaran yang cukup sering yakni Senin-Jumat.

Teori *uses and gratification* membahas tentang khalayak yang aktif menggunakan media untuk tujuan tertentu. Berdasarkan jawaban responden mengenai pola menonton program “Hitam Putih” di Trans7, dapat disimpulkan bahwa hampir semua responden menyukai program tersebut, dilihat dari bagaimana mereka memberi respon yang positif terhadap pernyataan seputar program “Hitam Putih” di Trans7. Dapat pula disimpulkan bahwa betapa menariknya program ini karena dapat memenuhi kebutuhan dalam mencari informasi dan hiburan sehingga durasi iklan yang cukup lama tidak responden dalam menonton program tersebut.

3. Motif Menonton Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap Program Hitam Putih di Trans7

Mahasiswa sedang berada dalam proses pendidikan yang membutuhkan berbagai jenis sumber pengetahuan. Pilihan terhadap media televisi sebagai salah satu sumber informasi bagi mereka dalam memahami berbagai peristiwa yang ada dalam masyarakat merupakan hal yang wajar. Hal ini dikarenakan mahasiswa mudah memperoleh informasi melalui televisi. Mengkonsumsi televisi hanya mengeluarkan biaya yang lebih murah, serta sajiannya lebih lengkap. Namun demikian, tidak semua mahasiswa mempersepsi bahwa program “Hitam Putih” di Trans7 merupakan *talkshow* yang menjadi kesukaan dan kegemaran mereka. Persaingan antarmedia yang memberi fokus berbeda makin meningkat, membuat mahasiswa semakin bebas dan terbuka memilih dan menentukan stasiun televisi kegemaran mereka.

Motif untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang telah dimiliki sebelumnya juga menjadi pilihan motif yang cukup tinggi bagi responden dalam

mengonsumsi sajian media televisi. Hal ini berarti bahwa responden menjadikan informasi atau berita televisi sebagai pelengkap bagi pengetahuan dan wawasan yang telah mereka miliki. Disamping itu motif mengonsumsi televisi juga dimaksudkan untuk bersantai atau relaksasi.

Daya tarik media televisi dengan suara dan gambar geraknya membuat responden merasa sangat dimanjakan sehingga mereka tidak perlu menggunakan daya pikir yang lebih serius untuk memahami masalah yang ada di masyarakat, seperti yang dilakukan saat mereka membaca surat kabar. Hal ini berarti, kebiasaan membaca responden pada umumnya masih rendah, sehingga responden lebih memilih dan mengandalkan televisi dan internet untuk mendapatkan informasi.

Karakteristik televisi sebagai media audio visual dianggap responden dapat menjawab keingintahuan mereka mengenai peristiwa sosial. Responden percaya bahwa televisi merupakan cerminan realitas. Menurut responden, televisi mampu menjawab semua keingintahuan mereka mengenai peristiwa sosial. Mereka berpendapat bahwa peristiwa sosial terlihat dengan sempurna melalui media televisi.

Penelitian ini memfokuskan pada motif yang mendorong seseorang untuk mengonsumsi media, dimana motif tersebut berpengaruh pada pola menonton televisi. Motif menonton televisi menurut McQuail, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.¹ Keempat motif tersebut dirumuskan kedalam bentuk 16 pernyataan yaitu sebagai berikut:

¹McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar II* (Jakarta: Erlangga, 1994), h.72.

a. Motif Informasi

1. Untuk mengetahui peristiwa yang ada di masyarakat
2. Untuk mendapatkan masukan dalam berpendapat dan membuat keputusan tertentu.
3. Memuaskan rasa ingin tahu tentang masalah-masalah umum dalam masyarakat
4. Memberi pengelajaran untuk memperbaiki diri
5. Membuat rasa aman dan tenang

b. Motif Identitas Personal

1. Untuk meneguhkan nilai-nilai pribadi khalayak
2. Untuk menemukan model-model perilaku manusia
3. Untuk mengetahui nilai-nilai yang dipegang oleh orang lain
4. Mengetahui tentang diri sendiri

c. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

1. Memberi informasi tentang lingkungan yang dapat membuat khalayak menjadi empati terhadap seseorang yang tertimpa musibah
2. Untuk bahan pembicaraan dan berinteraksi sosial

d. Motif Hiburan

1. Untuk menghindari masalah
2. Untuk bersantai/relaksasi
3. Untuk mendapatkan kesenangan/hiburan
4. Untuk menghabiskan waktu luang
5. Untuk melampiaskan emosi

Teori *uses and gratification* memfokuskan pada motif menggunakan media, khalayak menggunakan media dengan motif-motif tertentu yang dapat membuat khalayak puas setelah menggunakan media. Dalam penelitian ini, responden menggunakan media dengan motif tertentu yang dapat dilihat dari persentase yang berbeda-beda disetiap bagian motif dalam menggunakan media.

Motif informasi sebanyak 50 responden (83%) menyatakan bahwa mereka menonton program “Hitam Putih” di Trans7 karena ingin mengetahui peristiwa yang ada di masyarakat, tayangan ini juga dapat memberi masukan bagi responden dalam berpendapat dan membuat keputusan. Informasi yang didapatkan dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7 dianggap responden dapat memberikan pembelajaran untuk memperbaiki diri. Terdapat 39 orang (65%) menyatakan bahwa informasi yang didapat dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7 tidak dapat membuat responden merasa aman dan tenang.

Motif identitas personal. Berdasarkan dari jawaban responden sebanyak 31 (52%) menyatakan bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7, responden dapat mengetahui tentang nilai-nilai yang dipegang oleh orang lain, responden juga dapat mengetahui tentang diri mereka sendiri, yang dibuktikan dengan 37 responden (51%) menyatakan ya. Selanjutnya, dari hasil penelitian ini 49 responden (82%) menunjukkan bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dapat menemukan model-model perilaku manusia.

Motif integrasi dan interaksi sosial. Berdasarkan jawaban dari responden sebanyak 54 orang (90%) menyatakan bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7, mereka dapat mengetahui tentang keadaan orang lain, dan 42

responden (70%) mengakui bahwa setelah menonton program Hitam Putih di Trans7, mereka dapat menjalani peran sosial.

Motif hiburan. Menurut responden sebanyak 52 orang (87%) menyatakan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bukan untuk menghindari masalah, melainkan untuk mendapatkan hiburan. Dapat dibuktikan dari 54 responden (90%) menyatakan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 untuk bersantai, 53 responden (89%) menyatakan untuk mendapatkan kesenangan, 36 responden (60%) hanya untuk menghabiskan waktu luang, dan 48 responden (80%) untuk melampiaskan emosi.

Tujuan mendapatkan masukan bagi mahasiswa untuk mengambil keputusan praktis dalam motif informasi, kurang dapat dipenuhi oleh program “Hitam Putih” di Trans7. Hal ini berarti bahwa untuk memperoleh masukan bagi pengambilan keputusan praktis dalam kehidupan mahasiswa, program “Hitam Putih” di Trans7 bukanlah pilihan yang tepat. Bahkan program tersebut tidak berhasil dalam menciptakan rasa aman dan tenang bagi penontonnya. Artinya, program “Hitam Putih” di Trans7 tidak berhasil membuat penontonnya lebih aman dengan informasi yang diberikan.

Salah satu asumsi dasar teori *uses and gratifications* yaitu khalayak aktif dan penggunaan media berorientasi pada tujuan yang menandakan media memiliki orientasi pada sebuah tujuan tertentu. Asumsi ini bersesuaian dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mahasiswa aktif menonton program “Hitam Putih” di Trans7 untuk mendapatkan informasi *update* yang ada di masyarakat yang kemudian

dapat digunakan untuk membangun kepekaan sosial khalayak terhadap orang-orang di sekitarnya.

Berdasarkan jawaban responden mengenai motif menonton program “Hitam Putih” di Trans7, disimpulkan bahwa dari segi informasi, identitas personal, integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan, responden menunjukkan efek yang positif, berupa terpenuhinya informasi aktual yang membantu mereka menjalani peran sosial serta pembelajaran untuk memperbaiki diri.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dikemukakan pada bab sebelumnya dan mengacu pada rumusan masalah mengenai persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap program “Hitam Putih” di Trans7, ditarik beberapa kesimpulan, yakni:

1. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menganggap bahwa program “Hitam Putih” di Trans7 dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam memperoleh informasi dan hiburan. Program “Hitam Putih” di Trans7 dinilai dapat menjawab rasa keingintahuan mahasiswa, karena dianggap memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan dengan informasi yang mereka peroleh dari sumber lain.
2. Pola menonton program “Hitam Putih” di Trans7 bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar khususnya dalam hal frekuensi menonton tergolong tinggi. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menganggap bahwa kebutuhan mereka akan informasi dapat dipenuhi melalui mengkonsumsi program “Hitam Putih” di Trans7 karena memiliki durasi siaran yang cukup lama serta jam tayang yang terjadwal.
3. Motif yang mendorong mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dalam menonton program “Hitam Putih” di Trans7 terutama mencari informasi dan hiburan. Selain itu, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menonton program “Hitam Putih” di Trans7 juga didorong oleh kebutuhan identitas personal dan kebutuhan pemenuhan

integrasi dan interaksi sosial. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar menganggap bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mereka dapat mengetahui nilai-nilai yang dipegang oleh orang lain yang dapat dijadikan sebagai masukan dan motivasi bagi mereka. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin juga menganggap bahwa dengan menonton program “Hitam Putih” di Trans7 mereka mendapatkan informasi tentang lingkungan sosial yang dapat mendorong mereka memiliki rasa empati, dan menjadikan informasi yang didapatkan dari menonton program “Hitam Putih” di Trans7 sebagai bahan pembicaraan dan interaksi sosial.

B. Saran

Berdasarkan temuan hasil penelitian dan pembahasan penelitian, implikasi penelitian ini adalah:

1. Pentingnya pengetahuan dalam menggunakan media pada setiap orang, agar dapat menyaring atau memilih hal-hal yang dapat diambil dari sebuah tayangan yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.
2. Menjadikan tayangan “Hitam Putih” di Trans7 sebagai program yang dapat memberi informasi dan hiburan yang berguna bagi kehidupan sehari-hari. Kepada Trans7 sebagai stasiun televisi swasta yang menayangkan program *talkshow* “Hitam Putih” diharapkan agar bisa semakin kreatif dalam mengkonsepkan acara, dan sebaiknya mengutamakan tema sosial yang ada di masyarakat. Sebaiknya pembawa acaranya dapat memberikan contoh yang baik seperti dalam segi penampilan dan bertutur kata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, *Komunikasi Massa suatu Pengantar*, Bandung: Simbosa rekatama Media, 2007
- Black James A dan Dean J Champion, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, Bandung: PT Eresco, 1992.
- Bungin Burhan, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi Ed.1 cet 3*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Kriyantono Rakhmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Kuswandi Wawan, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- , *Komunikasi Massa: Analisis Interaksi Budaya Massa*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Liliweri Alo, *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1991.
- Littlejohn Stephen W dan Keren A Foss, *Teori Komunikasi*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- McQuail Dennis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- , *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar II*. Jakarta: Erlangga, 1994.
- Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Narbuko Cholid dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Purwanto, *Psikologi Pendidikan Cetakan ke-13*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000.

- Rivers Willian L, Jay W Jensen Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern II*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Sedjaja Djuarsa, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 1994.
- Singarimbun Masri, Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1989.
- Susanto Edidan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sobur Alex, *Psikologi Umum*, Bandung : Pustaka Setia, 2003.
- Soeharto Irawan, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Wiryawan Hari, *Dasar-dasar Hukum Media* , Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Dwi. Persepsi Mahasiswa tentang Program Acara Talkshow “Show Imah” di Trans TV. <http://eprints.ums.ac.id>. File dalam bentuk digital/pdf. (diakses pada 14 Maret 2016)
- Imanda. Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom pada Acara Talkshow “Mata Najwa” di Metro TV <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>. File dalam bentuk digital/pdf. (diakses pada 14 Maret 2016).
- Nirinta. Persepsi Audience tentang Talkshow “Kick Andy” di Universitas Brawijaya Malang. <http://www.academia.edu/5471402>. File dalam bentuk digital/pdf. (diakses pada tanggal 14 Maret 2016).
- Abroro, Nisa, *Peran dan Fungsi Televisi Sebagai Media*. <http://semangat-cari-ilmu.blogspot.com/2009/10/peran-dan-fungsi-televisi-sebagai-media.html>.
- Asmar, Metri Novarinda, *Motivasi, Pola, dan Kepuasan Menonton Televisi*. <http://semangat-cari-ilmu.blogspot.com/2009/09/motivasi-pola-dan-kepuasan-menonton-televisi>
- Ratnasari, *Pola Menonton Televisi Lokal Pada Pemirsa Di Kota Makassar*. <http://semangat-cari-ilmu.blogspot.com/2013/menonton-televisi-lokal>
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Trans7>
- [UIN.Alauddin.ac.id/sejarah](http://uin.alauddin.ac.id/sejarah)

L

A

M

P

I

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALA UD DIN

M A K A S S A R

A

N

LAMPIRAN – Kuesioner Penelitian

Kepada
Yth. Bapak/Ibu/Saudara (i)
di
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan kami lakukan tentang “Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Program Hitam Putih Di Trans7”, maka kami mengharapkan kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian di bawah ini.

Dalam pengisian kuesioner ini, mohon untuk memberi tanda (X) pada kolom yang telah disediakan di sebelah kanan pernyataan (1 - 27) dan jawaban paling tepat (28 – 30) sesuai dengan pilihan Anda.

Kami sangat berterima kasih atas perhatian, bantuan, dan kerja samanya.

No. Responden :
Nama :
Jenis Kelamin : L/P
Usia :
Program Studi :
Semester :

No	Pernyataan	Ya	Tidak
Pengantar			
1.	Apakah Anda Pernah menonton program Hitam Putih di Trans7 ?		
2.	Apakah Anda menyukai program Hitam Putih di Trans7 ?		
3.	Apakah Anda penggemar program Hitam Putih di Trans7 ?		
Durasi Siaran			
4.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 karena durasi siarannya yang cukup lama ?		
5.	Apakah dengan durasi iklan yang cukup lama tidak mempengaruhi Anda dalam menonton program Hitam Putih di Trans7 ?		

Program Siaran			
6.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 karena merupakan salah satu program yang memiliki rating yang tinggi ?		
7.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 karena dapat memenuhi kebutuhan Anda dalam mencari informasi dan hiburan ?		
Frekuensi Siaran			
8.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 karena jadwal tayangannya yang cukup sering, yaitu hari senin-jumat ?		
9.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 karena merupakan satu-satunya <i>talkshow</i> yang ada di Trans7 ?		
Informasi			
10.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 untuk mengetahui peristiwa yang ada di masyarakat ?		
11.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 untuk mendapatkan masukan dengan berpendapat dan membuat keputusan tertentu yang bersifat praktis?		
12.	Apakah program Hitam Putih di Trans7 memuaskan rasa ingin tahu Anda akan masalah-masalah umum dalam masyarakat ?		
13.	Apakah program Hitam Putih di Trans7 memberi Anda pembelajaran untuk memperbaiki diri ?		
14.	Apakah pengetahuan yang Anda peroleh dari program Hitam Putih di Trans7 membuat Anda merasa aman dan tenang ?		
15.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 karena tema yang dibawakan setiap harinya adalah tema yang update ?		
16.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 karena bintang tamu yang dihadirkan dapat memberi informasi dan inspirasi bagi Anda ?		
Identitas Personal			
17.	Apakah penayangan program Hitam Putih di Trans7 meneguhkan nilai-nilai pribadi Anda ?		
18.	Apakah dalam program Hitam Putih di Trans7 Anda menemukan model-model perilaku manusia ?		
19.	Apakah dalam program Hitam Putih di Trans7 Anda mengetahui nilai-nilai yang dipegang oleh orang lain ?		
20.	Apakah dengan menonton program Hitam Putih di Trans7 Anda lebih mengetahui tentang diri Anda sendiri ?		
Motif Integrasi dan Interaksi Sosial			
21.	Apakah program Hitam Putih di Trans7 memberi Anda informasi tentang lingkungan sehingga Anda berempati kepada		

	seseorang yang ditimpa musibah?		
22.	Apakah dengan menonton program Hitam Putih di Trans7 Anda memiliki bahan untuk pembicaraan dan berinteraksi sosial ?		
Hiburan			
23.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 untuk menghindari masalah ?		
24.	Apakah Anda menonton acara program Hitam Putih di Trans7 untuk relaksasi/bersantai ?		
25.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 untuk mendapatkan kesenangan/hiburan ?		
26.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 untuk sekedar menghabiskan waktu ?		
27.	Apakah Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 untuk melampiaskan emosi ?		

28. Menurut Anda, keuntungan apa yang diperoleh dari mengikuti program Hitam Putih di Trans7 ?
- Dapat mengembangkan kemampuan diri
 - Dapat menjawab keingintahuan
 - Dapat mengembangkan kemampuan kepemimpinan
 - Dapat mengembangkan kemampuan berorganisasi
29. Setelah menonton program Hitam Putih di Trans7, apakah Anda:
- Mengubah pandangan-pandangan Anda mengenai peristiwa atau isu tertentu
 - Mendorong Anda untuk mencari informasi lebih lengkap
 - Memperkuat pemahaman Anda mengenai peristiwa atau isu tertentu
 - Membuat Anda justru merasa bingung.
30. Secara umum, apa yang mendorong Anda menonton program Hitam Putih di Trans7 ?
- Untuk memperoleh kepuasan informasi
 - Untuk memperoleh kepuasan hiburan
 - Untuk memperoleh kepuasan hubungan sosial
 - Untuk memperoleh kepuasan pengalaman

No	Identitas Responden																							
	Nama	P/L	Usia	Program Studi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	Haerul	L	20	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
2	Linda	P	21	Ilmu Komunikasi	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0
3	Dian	P	21	Ilmu Komunikasi	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1
4	Sulaiman	L	20	Ilmu Komunikasi	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0
5	M.Ridwan	L	22	Ilmu Komunikasi	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
6	Nurhayati	P	23	Ilmu Komunikasi	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	Fajriah	P	22	Ilmu Komunikasi	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
8	M.Amran	L	21	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1
9	M. Kurniawan Dito	L	22	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1
10	Anugrah	L	22	Ilmu Komunikasi	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0
11	Widyawati	P	19	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
12	M.Taslim	L	22	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1
13	Asrianti	P	19	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0
14	Ira	P	19	Ilmu Komunikasi	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0
15	Ardila	P	20	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1
16	Sariyono	L	23	Ilmu Komunikasi	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
17	Nursanti	P	19	Ilmu Komunikasi	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1
18	Nurul	P	20	Jurnalistik	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
19	Ariani	P	20	Jurnalistik	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1
20	Asrul	L	20	Jurnalistik	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1
21	Suriyani	P	22	Jurnalistik	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0
22	Wahyu	L	21	Jurnalistik	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1
23	Fauzi	L	22	Jurnalistik	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
24	Munawarah	L	22	Jurnalistik	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
25	Riski	L	21	Jurnalistik	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1
26	Asti	P	22	Jurnalistik	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0
27	Andini	P	20	Manajemen Dakwah	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0
28	A. Taufiq	L	22	Manajemen Dakwah	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1
29	Ridwan	L	21	Manajemen Dakwah	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
30	M.Yusuf	L	21	Manajemen Dakwah	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1
31	Firman	L	22	Manajemen Dakwah	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0
32	Hidayat	L	22	Manajemen Dakwah	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
33	M.Arya	L	21	Manajemen Dakwah	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0
34	Firman	L	20	Manajemen Dakwah	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1
35	Akbar	L	20	Manajemen Dakwah	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
36	Alimuddin	L	22	Manajemen Dakwah	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
37	Edy	L	22	Kesejahteraan Sosial	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1
38	Mutmainnah	P	22	Kesejahteraan Sosial	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1
39	Balqis	P	22	Kesejahteraan Sosial	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	Fitri	P	21	Kesejahteraan Sosial	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0
41	Vivik Andriani	P	21	Kesejahteraan Sosial	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0
42	Ina	P	20	Kesejahteraan Sosial	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0
43	Amilah	P	22	Kesejahteraan Sosial	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0
44	Putri	P	22	Kesejahteraan Sosial	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0
45	Nurjannah	P	22	Bimbingan Penyuluhan Islam	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0
46	Salmiah	P	22	Bimbingan Penyuluhan Islam	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0
47	Rahmat	L	22	Bimbingan Penyuluhan Islam	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1
48	Mila Sahara	P	21	Bimbingan Penyuluhan Islam	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
49	M.Ashief Roihan	L	19	Bimbingan Penyuluhan Islam	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0
50	Echa	P	21	Bimbingan Penyuluhan Islam	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1
51	Nasrullah	L	22	Bimbingan Penyuluhan Islam	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0
52	Irma	P	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1
53	Aisyah	P	22	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	Kartika	P	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0
55	Ririn	P	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0
56	Fia	P	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0
57	Asni	P	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1
58	Ardi	L	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
59	Ira	P	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0
60	Surya	P	21	Komunikasi Penyiaran Islam	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0
Total					60	59	33	14	23	22	52	27	14	50	37	43	53	19	40	45	28	54	48	24

22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	Total
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	26
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	25
1	0	0	0	1	0	0	2	1	2	1	20
0	1	0	1	1	1	0	2	2	3	2	24
1	1	0	1	1	0	0	2	4	1	2	27
1	1	0	1	1	1	0	2	1	3	1	29
1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	28
1	1	0	1	1	0	0	2	1	2	1	24
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	28
0		0	1	1	1	0	2	1	1	3	23
1	1	0	1	1	0	0	2	1	1	2	24
1	0	0	1	1	1	0	2	2	3	1	28
0	0	0	1	0	0	0	2	3	2	4	22
1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	27
1	1	1	1	1	1	1	4	2	3	3	31
1	0	0	1	1	0	0	3	2	3	4	30
1	1	0	1	1	1	1	2	4	3	2	30
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	26
1	1	0	1	1	1	0	2	1	3	1	29
1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	22
1	1	0	1	1	1	0	4	1	2	3	26
1	1	0	1	1	1	0	2	4	3	2	27
1	1	1	1	1	0	0	1	2	2	1	26
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	26
1	0	0	1	1	0	0	2	4	3	2	27
1	0	0	1	1	1	0	2	1	3	2	23
1	1	0	1	1	1	0	4	1	2	3	26
1	1	1	1	1	1	1	4	2	3	3	35
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	26
1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	25
1	1	0	1	1	0	0	2	4	3	2	28
1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	20
1	1	0	1	1	0	0	1	1	2	3	19
1	0	0	1	1	0	0	2	3	2	1	20
1	0	0	1	1	1	0	2	4	3	2	23
1	0	0	1	1	0	1	3	2	4	3	30
1	0	0	0	1	0	0	2	1	2	1	20
1	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	26
0	1	0	1	0	0	0	3	4	2	2	28
1	1	0	1	1	1	0	2	2	1	1	23
0	0	0	1	1	1	0	2	2	3	1	27
1	0	0	1	1	0	0	2	1	3	1	21
1	0	0	1	1	0	0	2	1	2	1	25
1	1	0	1	1	0	0	1	1	2	3	20
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	25
1	0	0	1	1	0	0	2	4	2	2	26
1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	17
1	1	0	0	1	0	0	1	2	3	4	28
1	1	0	1	1	1	0	2	4	3	1	24
1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	22
1	0	0	1	1	0	0	2	1	3	1	20
0	1	0	0	1	1	0	2	4	2	2	27
1	1	0	1	1	0	0	2	4	2	1	31
1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	21
1	1	0	1	1	1	0	4	1	2	3	26
1	1	1	1	1	1	1	4	2	3	3	31
1	1	1	1	1	1	1	4	2	3	3	35
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	26
1	0	0	1	1	0	0	2	4	2	2	25
1	1	0	1	1	1	0	2	4	2	2	25
54	42	8	54	53	36	12	125	141	130	114	





RIWAYAT HIDUP

Paramita Widya Sartika, terlahir ke dunia dengan selamat pada tanggal 16 mei 1994, tepatnya di sebuah rumah sakit swasta di kota Makassar, provinsi Sulawesi Selatan. Tumbuh dan berkembang dalam lingkungan keluarga sederhana dengan A.Abd.Wahab Abidin, SE sebagai kepala rumah tangga, dan ibunda tercinta Musdalifa Nase. Tahun 2001 peneliti memulai pendidikan di SD Inp.Antang III Makassar. Setelah selesai pada tahun 2006, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 23 Makassar sampai pada tahun 2009. Pada tahun yang sama, peneliti kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 12 Makassar. Menuntut ilmu selama tiga tahun di SMA dan akhirnya selesai pada tahun 2012. Setelah lulus SMA, peneliti kemudian melanjutkan pendidikan di salah perguruan tinggi negeri terbaik di Makassar, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar dan mengambil program strata satu (S1) di jurusan Ilmu Komunikasi.